

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP
PENETAPAN PROMOSI SATU HARGA DALAM
JUAL BELI PADA TOKO SARIMODE KURIPAN LOR
KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

IMRO HANNI
NIM: 4119049

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP
PENETAPAN PROMOSI SATU HARGA DALAM
JUAL BELI PADA TOKO SARIMODE KURIPAN LOR
KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

IMRO HANNI
NIM: 4119049

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imro Hanni

NIM : 4119049

Judul Skripsi : **Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan
Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko
Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 7 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Imro Hanni

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Imro Hanni
Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

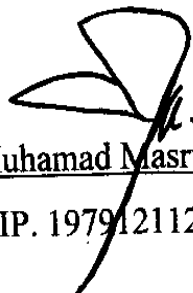
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : **Imro Hanni**
NIM : **4119049**
Judul Skripsi : **Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 Juli 2026
Pembimbing,



Muhamad Masrur, MEI

NIP. 197912112015031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **Imro Hanni**
NIM : **4119049**
Judul Skripsi : **Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan
Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko
Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan**
Dosen Pembimbing : **Muhamad Masrur, M.E.I.**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 17 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

NIP. 198510122015031004

Penguji II

Ardiyan Darutama, M.Phil.

NIP. 198501262020121004

Pekalongan, 17 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Aku bisa berjalan sejauh ini bukan karena kuat,
tetapi karena Allah tak pernah berhenti memberi
kekuatan, bahkan disaat aku hampir menyerah.”

Q.S Al-Baqarah : 286)

“Semua jatuh bangunmu, hal yang biasa. Angan dan pertanyaan,
waktu yang menjawabnya. Berikan tenggat waktu, bersedihlah
secukupnya. Rayakan perasaanmu sebagai manusia”.

(Baskara Putra - Hindia)

Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir kedunia, jadi tidak
mungkin aku tidak ada artinya.

(Imro Hanni)

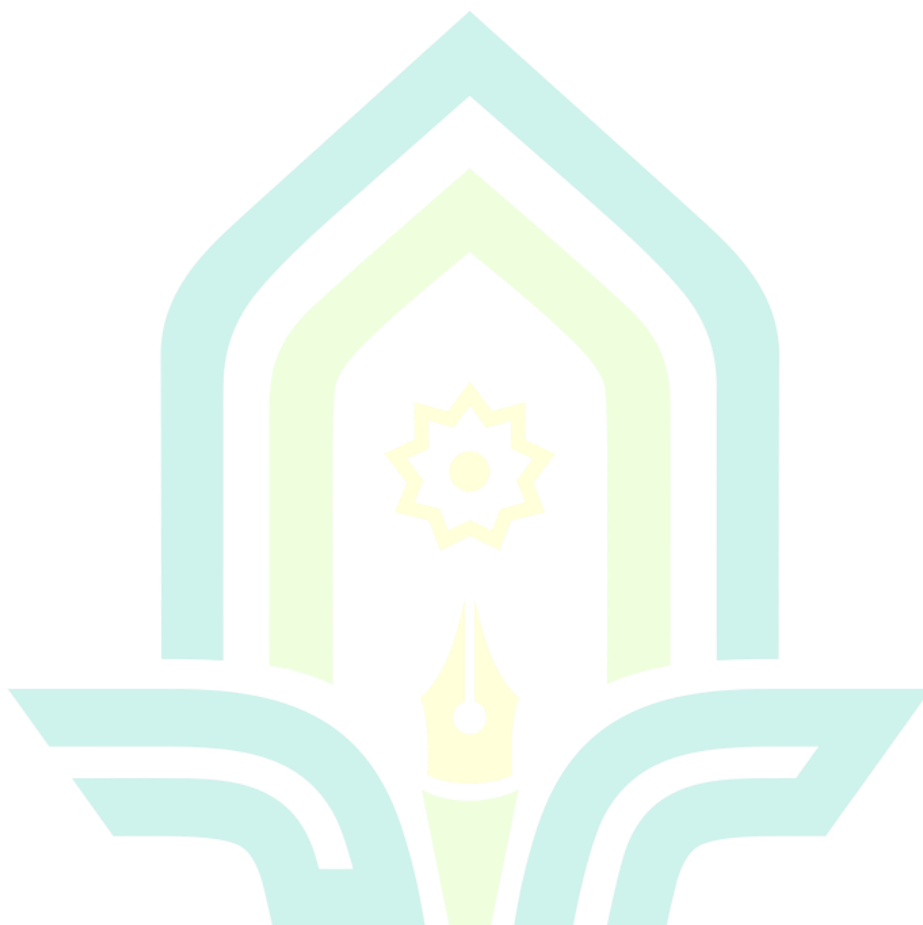
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi amal jariyah bagi penulis. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Cinta Pertamaku, Bapak Murtadho. Beliau menjadi inti tulang punggung keluarga. Meskipun belum sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau berhasil mendidik penulis ini menjadi perempuan yang kuat dan tegar dalam segala rintangan, tanpa kenal lelah terus memberikan motivasi dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda tercinta Wasriah. Ibu sosok yang paling hebat, kiranya sebanyak apapun kalimat yang tertulis tidak akan bisa mengutarakan semua amal kebaikan ibu. Maaf dan terima kasih, maaf atas tindakan yang mengecewakan, maaf atas setiap hal yang belum mampu ku usahakkan. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah usai, terimakasih telah menjadi sahabat terbaik, tempat pulang yang paling nyaman saat dunia sedang tidak berpihak. Sekali lagi terima kasih tak terhingga untuk ibuku paling hebat di dunia.

3. Empat perempuan hebat lainnya. Almh. Nenek Sumiyati, Bude Sutriyah, Maghfirohtul Khasanah dan Almh. Simbok Waryonah. Terima kasih atas segala perhatian do'a, dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
4. Adik-adikku tersayang, Shofi Nafila, Gita Rahmuna, Sela Agustina, Febri yang selalu menjadi penguat semangat dan kebahagiaan tersendiri bagi penulis.
5. Dosen pembimbing saya Bapak Masrur, M.E.I. yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah memberikan arahan, kritik dan juga saran dalam karya tulis ini.
6. Terima kasih sahabat dan teman-temanku. Quni' Muizzah Safitri, Dewi Marisa, Bahrul Fahmi, Faisal Aldiyansah, serta seluruh pihak yang sudah banyak berperan dalam hidup penulis. Terima kasih sudah memberikan support, waktu dan kebaikan yang kalian berikan kepada penulis selama ini.
7. Terima kasih Nok Silvi Rohmawati, Sah Ikhlas, dan Taufan Hadi Jaya yang sudah kebersamaan dan memberikan support kepada penulis.
8. Terakhir kepada sosok jiwa yang berkepala batu, wanita mungil dan sederhana ini bermimpi selangit, diri saya sendiri Imro Hanni. Terimakasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap berjalan meski langkah tertatih. Terimakasih kepada jiwa dan raga ini yang tetap memilih kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Teruslah jadi diri sendiri dengan memegang rasa syukur yang Tuhan berikan.

Dan ribuan terimakasih diucapkan teruntuk diri sendiri karena sudah mampu mempertanggung jawabkan semua kepercayaan yang sudah diberikan termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir dengan hasil jerih payah sendiri.



ABSTRAK

IMRO HANNI. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan

Strategi promosi satu harga (one price) banyak digunakan pelaku usaha untuk menarik konsumen melalui penetapan harga seragam pada berbagai jenis produk. Namun, praktik ini perlu dikaji dari perspektif ekonomi Islam karena dalam jual beli, Islam mewajibkan kejujuran, keterbukaan, keadilan, kerelaan, serta melarang gharar dan tadlis. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik penetapan promosi satu harga dan kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam di Toko Sarimode Kuripan Lor, Pekalongan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis *field research*. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik, karyawan, dan konsumen. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga seragam di Toko Sarimode didasarkan pada biaya perolehan barang, biaya operasional, dan keuntungan wajar. Praktik ini telah menerapkan prinsip ekonomi Islam, yaitu keterbukaan informasi harga dan kondisi barang, kejujuran, kerelaan (an-tarāḍin), keadilan, serta tanggung jawab penjual. Penelitian tidak menemukan unsur gharar maupun tadlis, sehingga promosi satu harga di Toko Sarimode secara umum telah sesuai dengan prinsip syariah dalam jual beli.

Kata Kunci: *Ekonomi Islam, Promosi Satu Harga, Prinsip Syariah, Jual Beli, Toko Sarimode.*

ABSTRACT

IMRO HANNI. Islamic Economic Review of the Determination of One Price Promotion in Buying and Selling at the Sarimode Kuripan Lor Store, Pekalongan City

The one price promotion strategy is widely used by business actors to attract consumers through uniform pricing on various types of products. However, this practice needs to be studied from the perspective of Islamic economics because in buying and selling, Islam requires honesty, openness, justice, willingness, and prohibits gharar and tadlis. This study aims to analyze the practice of setting a price promotion and its conformity with Islamic economic principles at Toko Sarimode Kuripan Lor, Pekalongan.

The research uses a qualitative approach with a type of field research. Data is collected through interviews, observations, and documentation of owners, employees, and consumers. Data analysis is carried out through reduction, presentation, and conclusion drawn.

The results of the study show that uniform pricing at Toko Sarimode is based on the cost of acquiring goods, operational costs, and reasonable profits. This practice has applied the principles of Islamic economics, namely the disclosure of information on the price and condition of goods, honesty, willingness (an-tarāḍin), justice, and the responsibility of the seller. The research did not find elements of gharar or tadlis, so the promotion of one price at Toko Sarimode in general is in accordance with sharia principles in buying and selling.

Keywords: *Islamic Economy, One Price Promotion, Sharia Principles, Buying and Selling, Sarimode Shop.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat –Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Khat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M. selaku sekretaris program studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Muhamad Masrur, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Gunawan Aji, S.E., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) selaku dosen penguji Segenap Dosen dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material
9. Pihak Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan yang telah banyak membantu dan memperoleh data yang saya perlukan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 7 Juli 2026



Imro Hanni

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat	7
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
B. Telaah Pustaka	32
C. Kerangka Berfikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Pendekatan Penelitian	42

C. <i>Setting</i> Penelitian	43
D. Subjek Penelitian	43
E. Sumber Data	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G.Teknik Keabsahan Data	48
H. Metode Analisis Data	50
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	55
A. Hasil Penelitian.....	55
B. Analisis Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	82
A. Simpulan.....	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
Lampiran 1	I
Lampiran 2	II
Lampiran 3	III
Lampiran 4	IV
Lampiran 5	XXIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ya
ص	Sad	Ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	Ain	ʿ	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		ā = ā
ي = i	اي = ai	ī = ī
و = u	او = au	ū = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

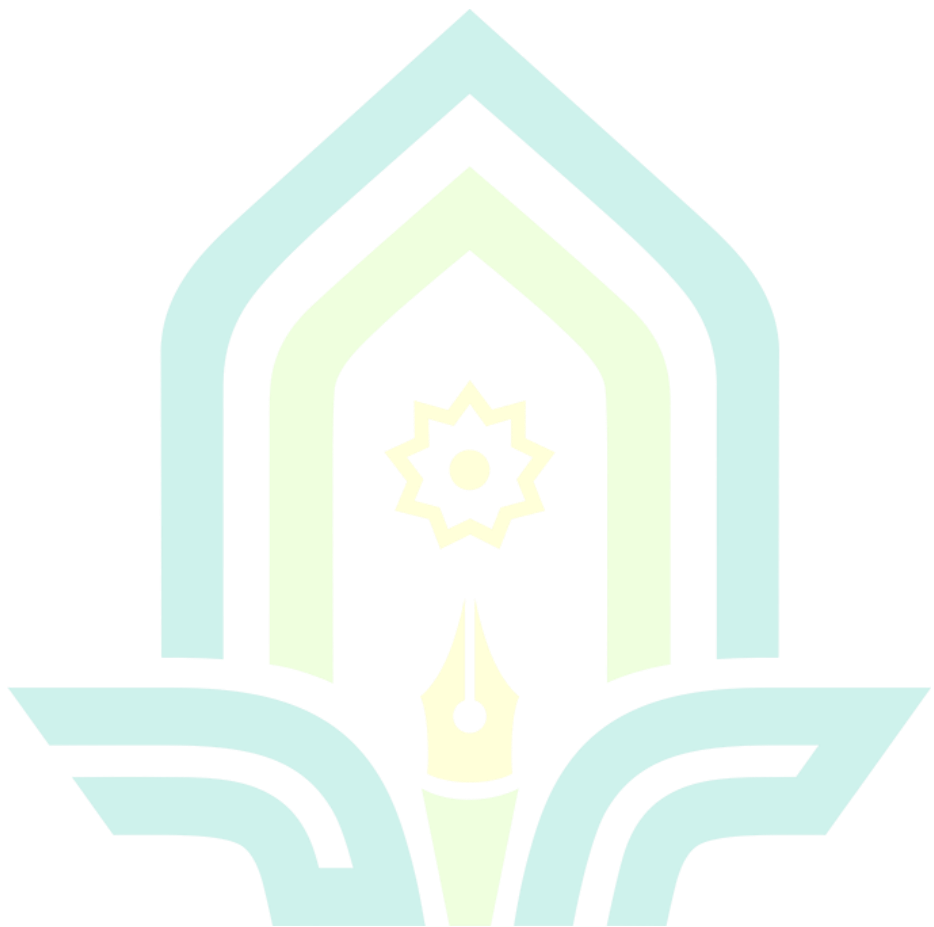
القمر	Ditulis	<i>Al-qamar</i>
البيدع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجالل	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/'). Contoh:

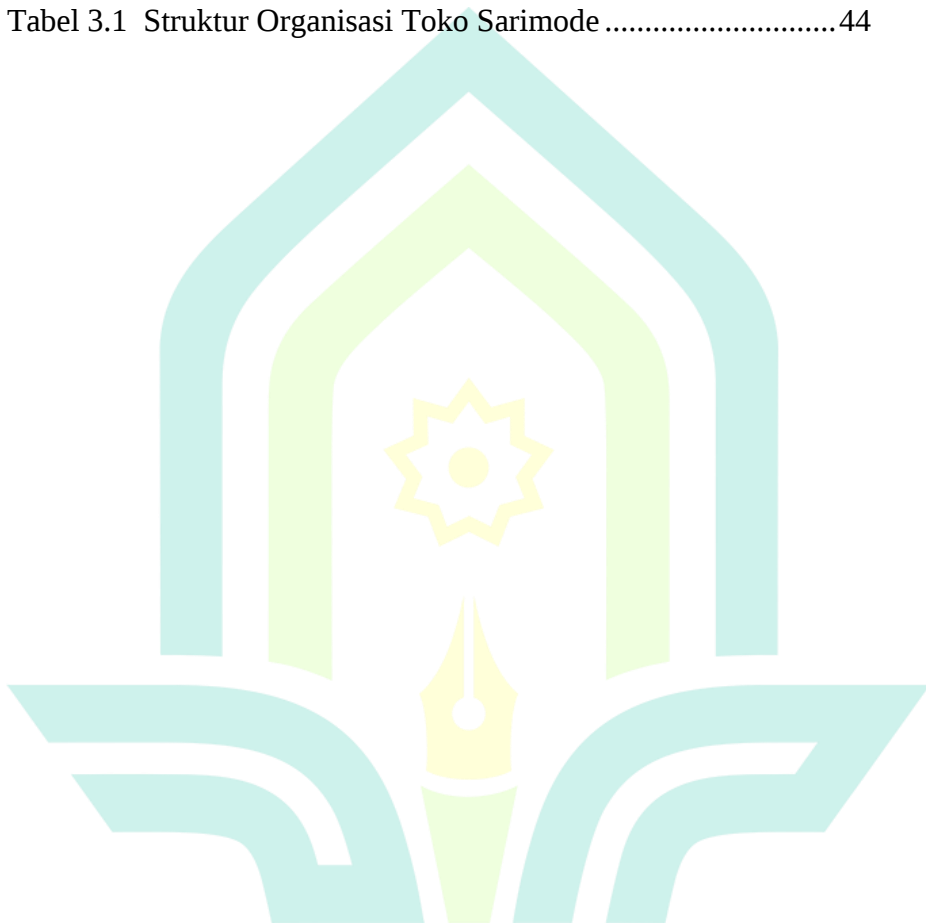
أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai`*



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Penjualan Toko Sarimode Kuripan Lor	3
Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....	32
Tabel 3.1 Struktur Organisasi Toko Sarimode	44



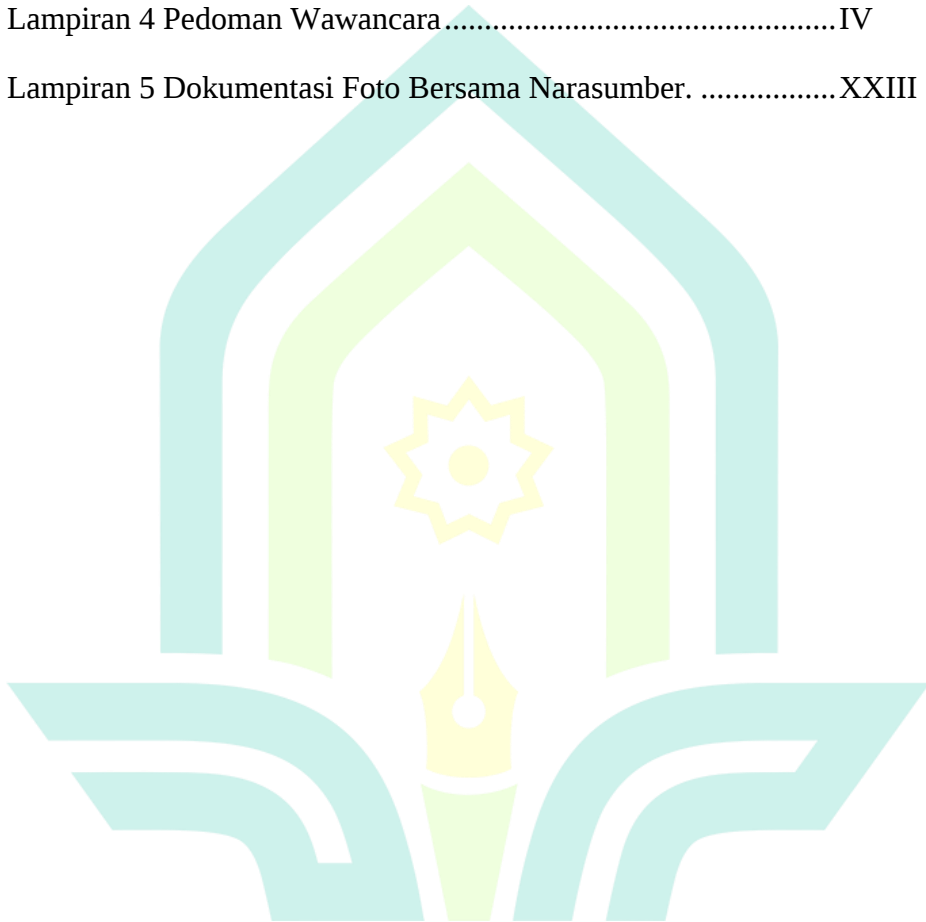
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4.1 Banner Promosi	67
Gambar 4.2 Produk Toko Sarimode	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian.....	I
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Penelitian.....	II
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	III
Lampiran 4 Pedoman Wawancara.....	IV
Lampiran 5 Dokumentasi Foto Bersama Narasumber.	XXIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran dalam tinjauan Islam bersandar pada pedoman etika nilai-nilai Islami yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, termasuk didalamnya memuat etika bisnis islam juga berbicara mengenai strategi penjualan. Promosi merupakan salah satu strategi yang biasa dipakai oleh para pelaku usaha, dalam tinjauan syari'ah promosi haruslah sesuai dengan *sharia compliance* yang merefleksikan suatu kebenaran, keadilan, serta kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang berkaitan dengan jual beli suatu produk harus diberitahukan secara transparan juga terbuka sehingga tidak terdapat unsur merugikan seperti penipuan maupun kecurangan saat melakukan promosi tersebut (Zaki, 2020).

Dalam upaya meningkatkan penjualan dibutuhkan peningkatan keputusan pembelian. Beberapa unsur yang dapat meningkatkan penjualan yaitu harga, promosi dan kualitas produk. Salah satu bisnis yang banyak digemari di era modern ini adalah usaha yang bergerak dibidang fashion, permintaan pasar agar bisnis yang dijalankan dapat berkembang (Poluan *et al.*, 2019).

Pada umumnya, konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik harga yang lebih murah dan lebih baik. Dalam hal ini terdapat dua dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi biaya dan dimensi kualitas. Karakteristik lebih murah biasanya berkaitan dengan dimensi biaya yang didalamnya menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh

konsumen. Sehingga penetapan harga produk perlu diperhatikan dengan melihat sisi kualitasnya (Azhari *et al.*, 2023).

Ketidakjelasan dalam penetapan harga dapat meimbulkan berbagai konsekuensi, apabila dalam penetapan harga pelaku usaha tidak menerapkan etika bisnis Islam didalamnya. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh pembeli, bahkan dapat menjatuhkan reputasi usaha yang dijalankan. Penentuan harga yang tidak diinginkan pembeli akan memicu penolakan. Sehingga dalam menjalankan bisnis harus menerapkan etika dan prinsip yang baik, jujur, adil, transparan, adanya kejelasan, dan tidak merugikan orang lain (Wiwin *et al.*, 2020).

Islam memberikan kebebasan dalam praktik jual beli termasuk didalamnya terdapat penentuan harga melalui mekanisme pasar, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW yang menolak adanya intervensi harga selama pasar berjalan dengan normal. Meskipun demikian, kebebasan tersebut dibatasi oleh adanya larangan praktik-praktik yang merugikan seperti tadlis (penipuan), gharar (ketidakjelasan), dan ihtikar (penimbunan) (Abdullah *et al.*, 2022).

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada observasi awal. Menurut pemilik toko, dapat diketahui bahwa lokasi yang dipilih oleh peneliti termasuk salah satu UMKM yang sudah berkembang pesat. Berdiri pada tahun 2019 hingga sekarang, toko Sarimode ini memiliki letak lokasi yang strategis. Toko ini, mulai banyak dilirik masyarakat sekitar ditahun yang sama. Meskipun saat itu kondisi perekonomian pada berbagai sektor termasuk perdagangan bisa dikatakan tidak

stabil karena adanya wabah pandemi covid 19. Ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan selama ini berjalan dengan baik dan dapat diterima oleh masyarakat dengan suka rela (Nurul *et al.*, 2021).

Tabel 1.1 Omzet Penjualan Produk Toko Sarimode
Periode Tahun 2019-2025

No	Tahun	Omzet
1.	2019	Rp. 800.000.000
2.	2020	Rp. 878.000.000
3.	2021	Rp. 915.000.000
4.	2022	Rp. 640.000.000
5.	2023	Rp. 660.000.000
6.	2024	Rp. 838.000.000
7.	2025	Rp. 855.000.000
	Total	Rp. 5.586.000.000.000

Sumber: Data primer diolah 2026

Namun disamping itu, melihat perkembangan yang pesat dengan kepercayaan masyarakat yang meningkat, menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengusaha yang melihat hal tersebut sebagai peluang emas untuk ikut terjun menjalankan bisnis dengan harga yang sama. Promosi satu harga ini terbilang ide menarik dan bisa dikatakan sebagai bisnis yang cukup menjanjikan sehingga, kemunculan toko dengan bandrol harga yang seragam tidaklah menjadi hal baru lagi. Trend ini dari tahun ke tahun semakin meningkat, tidak hanya di kota Pekalongan saja, bisnis ini juga ada diberbagai daerah (Debora, 2024).

Permasalahan utama dalam praktik promosi satu harga bukan terletak pada keseragaman nominal harga, melainkan pada kesesuaian

mekanisme pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Strategi satu harga dapat dikatakan sah apabila promosi satu harga digunakan sesuai pada prinsip syariah. namun, sebaliknya apabila promosi satu harga digunakan untuk menciptakan pandangan tertentu tidak sesuai antara harga jual dan kondisi barang sebenarnya, maka praktik tersebut nantinya berpotensi mengandung unsur *tadlis*, *gharar*, maupun ketidakadilan dalam transaksi jual beli. Larangan *gharar* dan *tadlis* mengandung aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha (Asmaliah Fifin, Aswan, 2025)

Promosi satu harga dalam praktiknya berpotensi menimbulkan permasalahan apabila harga yang ditetapkan berubah-ubah, dalam arti harga awal dinaikkan terlebih dahulu sebelum diberikan diskon, sehingga hal tersebut dapat merugikan dan menyesatkan konsumen saat proses jual beli. Selain itu, ketidakjelasan kualitas barang yang disamaratakan dalam satu harga juga dapat menimbulkan unsur *gharar*. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi rela sama rela. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang promosi penetapan satu harga dalam jual beli pada toko Sarimode. (Amalia, 2013).

Ekonomi syariah sendiri menekankan transaksi yang adil, bebas dari *riba* (bunga), *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), serta mendorong praktik bisnis yang beretika dan berkeadilan. Pedagang dan pelaku usaha di manapun yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini dalam aktivitas perdagangan mereka (Rika Widianita, 2023).

Pemilihan toko Serba Rp35.000 di Kuripan Lor sebagai objek penelitian berpangkal pada lokasi strategisnya, yang berfungsi

sebagai pusat kegiatan jual beli bagi masyarakat sekitar. Pemerintah kota Pekalongan menetapkan kawasan Kuripan Lor sebagai kawasan terpadu yang terdiri atas kawasan industri kecil, pusat aktivitas perdagangan, balai latihan kerja, pasar barang bekas, pasar unggas serta berbagai aktivitas ekonomi masyarakat. Keberadaan kawasan tersebut menunjukkan bahwa wilayah Kuripan Lor merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi yang terus berkembang sehingga menjadi lokasi yang tepat untuk mengamati jual beli masyarakat. Fenomena ini menarik perhatian karena toko Serba Rp35.000 menyediakan berbagai macam produk dengan harga terjangkau, tidak hanya pakaian, tetapi juga peralatan sekolah, peralatan rumah tangga, dan aksesoris lainnya memenuhi kebutuhan dari berbagai kalangan dan semua dibandrol dengan harga yang sama (Andani, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ria Ajriani Saputri, dkk (2025) dengan judul Analisis Pemasaran Satu Harga Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Toko Kanaya Collection serba Rp35.000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat aspek yang perlu ditingkatkan seperti pada keadilan harga, transparansi informasi, dan kepercayaan terhadap kualitas produk. Oleh karena itu dalam transaksi jual beli penting untuk melakukan penerapan prinsip keadilan juga transparansi.

Temuan penelitian sebelumnya oleh Silvia Arianti mengungkapkan bahwa strategi promosi satu harga muncul sebagai bentuk pemasaran yang modern dengan memberikan kemudahan pada konsumen saat berbelanja. konsumen tidak perlu lagi melihat harga karena harga sudah diseragamkan. Praktiknya strategi ini sangat menarik perhatian masyarakat sebab dianggap praktis juga ekonomis.

Hal ini juga yang dilakukan oleh toko Sarimode Serba Rp35.000 di Kuripan Lor Kota Pekalongan dengan mempermudah proses transaksi jual beli. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Maraknya promosi satu harga memang sangat menarik perhatian masyarakat. Harga yang relatif terjangkau bagi semua kalangan adalah yang melatar belakangi para pembeli membeli di toko tersebut. Seperti yang terjadi di toko serba Rp35.000 di Jl. Hos Cokroaminoto Kuripan Lor Kota Pekalongan, mereka menggunakan praktik ini untuk mempromosikan barang dagangan yang ada di toko mereka, dengan cara memasang banner bertuliskan serba Rp35.000 di dalam maupun luar toko dengan warna-warna yang mencolok masyarakat dibuat tertarik untuk memasuki toko tersebut.

Berkaitan dengan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Analisis Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan?
2. Bagaimana Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain untuk: Menganalisis penetapan praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan, dan menganalisis tinjauan ekonomi Islam terhadap penetapan promosi satu harga dalam jual beli pada toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan.

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pihak yang terkait baik secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat praktis pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak pengelola toko Sarimode, pelaku usaha serta masyarakat didalamnya agar membangun dan mengembangkan bisnis sesuai dengan prinsip dan etika bisnis Islam.
2. Manfaat Teoritis dalam penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah keilmuan serta menjadi bahan masukan bagi pelaku usaha dan diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian berikutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah suatu cara untuk mempermudah penulisan bagian pembahasan dalam sebuah penelitian. Sistematika ini membantu penulis untuk mengorganisasikan dan menyusun pembahasan secara terstruktur, sehingga alur pemikiran dan argumen dapat tersampaikan dengan jelas kepada pembaca.

Sistematika pada penelitian ini seperti berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang berisikan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Promosi Dalam Jual Beli Pada Toko Sarimode Kuripan Lor Kota Pekalongan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti memaparkan teori yang hendak dimanfaatkan untuk menganalisis dan acuan untuk proses analisis. Teori tersebut berisi mengenai teori jual beli, promosi, penetapan harga, dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Telaah pustaka berisi ulasan tentang bagaimana penelitian sebelumnya dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini, serta kerangka berpikir yang berfungsi sebagai dasar hipotesis untuk penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan metodologi penelitian, termasuk jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan analisis deskriptif yang berisi data yang dikumpulkan guna dideskripsikan secara sistematis, objek penelitian dan pembahasan mengenai hasil penelitian sesuai dengan acuan dari kriteria.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Penetapan Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Praktik promosi Strategi promosi yang dilakukan oleh Toko Serba Rp35.000 adalah menggunakan strategi promosi satu harga. Proses promosi yang dilakukan yaitu dengan memasang banner bertuliskan 'SERBA Rp35.000' baik yang di letakkan di depan toko ataupun di dalam toko. Strategi promosi ini telah berhasil menarik minat pembeli karena harga Rp35.000 merupakan harga terendah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Metode penetapan harga yang digunakan pada umumnya didasarkan pada biaya atau modal, biaya harga.
2. Penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik promosi satu harga terlihat dari keadilan (*adl*) kejujuran (*shiddiq*), transparansi (*bayan*), kerelaan (*an taradin*), serta larangan dalam jual beli gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan). Setiap transaksi dilakukan dengan prinsip keadilan dan keterbukaan, baik dalam hal penetapan harga maupun dalam menjelaskan kondisi produk. Nilai-nilai tersebut tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi dasar keberkahan usaha.
3. Penerapan prinsip ekonomi Islam secara konsisten menjadikan toko Sarimode tidak hanya merorientasi pada keuntungan

ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberkahan, kejujuran, dan kebermanfaatan bagi konsumen. Pendekatan ini membuat toko Sarimode mampu bersaing di tengah pasar digital yang kompetitif tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik promosi satu harga yang dijalankan oleh toko Sarimode telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara menyeluruh. Hal ini menjadi bukti bahwa prinsip-prinsip syariah dapat diimplementasikan secara nyata dalam kegiatan bisnis modern serta memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan dan reputasi usaha.

B. Saran

1. Bagi Toko Sarimode Kuripan Lor

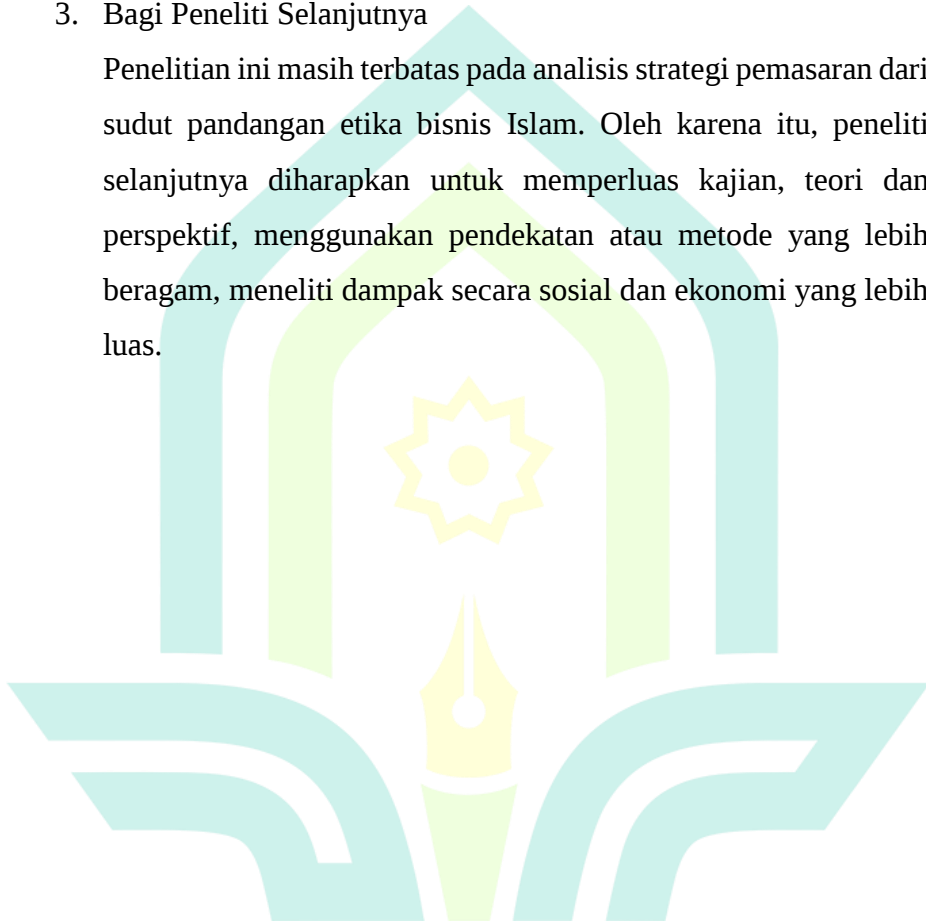
Diharapkan agar terus mempertahankan prinsip kejujuran, tanggung jawab, transparansi dan pelayanan yang ramah dalam setiap kegiatan usaha. Diharapkan untuk melakukan praktik promosi tidak hanya dari banner saja, tetapi lebih baik bisa memanfaatkan media secara lebih profesional, misalnya dengan membuat toko *online* dengan memanfaatkan *marketplace*, media live streaming, membuat katalog produk dan konsisten di media sosial. Selain itu, toko dapat mengembangkan strategi promosi kolaboratif, seperti bekerja sama dengan *influencer* lokal. Selain itu, toko Sarimode juga berpotensi memperluas jaringan konsumen dengan memanfaatkan *marketplace* berbasis syariah seperti Evermos atau Halalpedia, yang mengedepankan prinsip kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam transaksi jual beli.

2. Bagi Konsumen Toko Sarimode Kuripan Lor

Diharapkan agar tetap selektif dan bijak dalam berbelanja, serta mendukung usaha yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Dengan demikian, hubungan antara penjual dan pembeli dapat terjalin berdasarkan kepercayaan dan keberkahan bersama.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada analisis strategi pemasaran dari sudut pandangan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas kajian, teori dan perspektif, menggunakan pendekatan atau metode yang lebih beragam, meneliti dampak secara sosial dan ekonomi yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Ramadhan, A., Hukum, K., Hak, T., Di, K., Digital, E., Transaksi, P., Beli, J., Hidayat, E., Beli, F. J., & Rosdakarya, P. T. R. (2022). *Jurnal Al-Mudharabah Volume 4 Edisi 1 Tahun 2022*. 4, 1–14.
- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *Proceedings of the National Academy of Sciences* (1st ed., Vol. 3, Number 1). CV. Syakir Media Press.
- Ahmad, B., & Laha, M. S. (2020). PENERAPAN STUDI LAPANGAN DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN ANALISIS MASALAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA SOSIOLOGI IISIP YAPIS BIAK). *Jurnal Nalar Pendidikan*, 8(1). <https://doi.org/10.1124/dmd.122.001072>
- Amalia, E. (2013). Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ilmu Ekonomi Syariah*, V(1), 49–63.
- Amalia, E. (2015). Mekanisme Pasar dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 5(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v5i1.2106>
- Andani, W. A. (2023). *One-Price Marketing Trend : Balancing Business Strategy and Legal Challenges in the Practice of Toko Serba 35 . 000 Tren Pemasaran Satu Harga : Antara Strategi Bisnis dan Tantangan Hukum dalam Praktik Toko Serba 35 . 000*. 15(1).
- Anggi Pratiwi Sitorus. (2022). *Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan*. 1(1).
- Anggraini, R., Anisa, R. D., Putriani, E., Rahmawati, L., Prasetyo, A., Hidayati, N., Islam, U., Sayyid, N., & Rahmatullah, A. (2024). *JURNAL LOCUS : Penelitian & Pengabdian*. 3(12), 1032–1039. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i12.3727>
- Apnianingsih, E., & Fasa, M. I. (2021). *Penerapan Strategi Promosi , Buy 1 Get 1 , Dan Sistem Cod Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. 5(1), 35–45. <https://doi.org/10.22236/alurban>

- Asmaliah Fifin, Aswan, ahmad jeri. (2025). *Kolaborasi Pelaku Usaha Dalam Praktik Non Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. 7(1), 37–52.
- Azhari, M., Sazali, H., Studi, P., Komunikasi, I., Islam, U., Sumatera, N., & Serdang, D. (2023). *Eksistensi produk wardah dalam pemasaran di media sosial* 1,2. 8(2), 244–258.
- Azqia, H. (2022). jual beli dalam perspektif islam. *Al-Rasyad*, 1, 63–77.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 8(1). <https://doi.org/10.21274/epis.2013.8.1.135-154>
- Debora, N. (2024). *Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi*. 1, 1–12.
- Dwi, I., & Amas, R. (2025). *Faktor Penetapan Harga Jual dan Distribusi Pendapatan dalam Perspektif Islam*. 32(November).
- Enceng, Z. (2023). *Analisis Hukum Ekonomi Islam Tentang Transaksi Jual Beli Yang Tidak Sesuai Dengan Label Harga (Studi kasus Alfamart Sudirman 38) Abstrak*. (c), 1–12.
- Fatah, A. (2024). *IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH DALAM EKOSISTEM EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA: ANALISIS PENCAPAIAN KESEJAHTERAAN SOSIAL DAN EKONOMI BERKELANJUTAN*. 6, 194–208.
- Fauzan, & moch. Chotib. (2024). *SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PERSPEKTIF ISLAM*.
- Fitriani, L., Suryani, D., Agustina, D., & Putri, M. A. (2021). *Implementasi konsep etika bisnis islam dalam jual beli online*. 1(2), 11–18.
- Hamid, A., & Albab, U. (2024). *Analisis Penetapan Harga Jual Barang dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Supermarket Surya Bandar Lampung*. 3(5), 1160–1172.

- I Made Narsa. (2008). What Is Strategy? *Pendidikan Akuntansi Indonesia*, VI(1), 25–38.
- Idris, M. A. (2022). *TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF HADITS (KAJIAN HOLISTIK HADITS ANTARADHIN)*. 6(7), 107–123. <https://doi.org/10.30762/qawanin.v6i1.79>
- Imania, D. J., & Firmansyah, M. (2025). *NEGOTIATING VALUE AND FAITH : THE PRACTICE OF SCRAP- FOR-GOODS EXCHANGE IN SUKOWONO , INDONESIA , THROUGH THE LENS OF FIQH MUAMALAH*. 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.24090/eluqud.v3i2.15397>
- Istiqomah, N. H., & Husniyah, L. (2024). *Pemasaran Islami : Mengoptimalkan Potensi Pasar dengan Prinsip Keadilan dan Etika Ekonomi Islam*. 07, 1–14.
- Janan, R. M., Abdillah, M., Triana, I., Asieh, Y., Syekh, U. I. N., & Cirebon, N. (2025). *Penerapan Prinsip Keadilan dalam Perdagangan Modern : Perspektif Ekonomi Islam untuk Etika Bisnis Berkelanjutan*. 2(4), 1–5.
- Kurniawan, B. (2012). *Metodologi Penelitian*. Tangerang Selatan: Jelajah Nusa.
- Kurniawan, B., & Hisyam, M. A. (2024). *Jual Beli Makanan Pada Area Perjudian : Sebuah Tinjauan Fiqih Mu ' amalah Buying and Selling Food in the Gambling Area : A Review of Mu ' amalah Fiqh*. *Jurnal MEDIASAS: Media Ilmu Syari 'ah Dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, 7(2), 574–588. <https://doi.org/10.58824/mediasas.v7i2.218>
- Lubis, U. R., & Ismaulina. (2020). *TADLIS DALAM BISNIS JUAL BELI ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH FEBI IAIN LHOKSEUMAWE)*. *JESKaPe*, 4, 247–256.
- Lutfiani, N., Rahardja, U., & Manik, I. S. P. (2020). Peran inkubator bisnis dalam membangun startup pada perguruan tinggi. In *J. Penelitan Ekon. dan Bisnis*. core.ac.uk.

- Mahmuddin, R., Sam, Z., & Akhmad Hanafi Dain Yunta. (2021). JURNAL BIDANG HUKUM ISLAM (COMPARATIVE STUDY BETWEEN MALIKI AND SHAFI ' I SECT) JURNAL BIDANG HUKUM ISLAM. *Bustanul Fuqaha*, 2(2), 209–220. <https://doi.org/10.36701/bustanul.v2i2.360>.PENDAHULUAN
- Marzuki, Masyhuri, & Muttaqin, Q. (2024). *Aktualisasi Prinsip Keadilan Pada Akad Murabahah Dalam Menetapkan Margin*. 10(01), 709–716.
- Muflihini, M. D. (2019). Permintaan, Penawaran Dan Keseimbangan Harga Dalam Prespektif Ekonomi Mikro Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(2), 185–195. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i2.68>
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA TAHAPAN PENELITIAN. *Journal Genta Mulia*, 15(1).
- Muhammad, K. R., Prananto, M. A., Hukum, F., Semarang, U. N., Banaran, J. R., Semarang, K., & Jawa Tengah. (2026). *SYARIAH DAN RELEVANSINYA DENGAN HUKUM POSITIF*. 3(3), 81–93.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nafsah, Z. (2023). Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli dalam Fiqih dan Perbankan Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2071–2079.
- Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini. (2025). *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2(1), 2259–2270.
- Naufal, D. F., Nugraha, M. R., & Pratama, R. A. (2024). *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS DALAM MELAKUKAN PROMOSI PENJUALAN (STUDI KASUS MARKUP HARGA PRODUK DI E-COMMERCE)*. 9(14), 522–529.

- Nisa, A., Langsa, I., Langsa, I., & Langsa, I. (2024). *Ekonomi Syariah Dan Buah Rusak : Dinamika Jual Beli di Pasar Sharia Economy and Damaged Fruit : Dynamics of Buying and Selling in Seruway Traditional Market*. 9(1), 1–14.
- Nurfadia, D., Pujiasih, D., & Kaarubi, D. T. (2025). *KONSUMEN*. 2(2), 1908–1916.
- Nurul, U., Paiton, J., Jadid, U. N., Syukur, M., Jadid, U. N., Salam, M. N., Jadid, U. N., Junaidi, M. I., & Jadid, U. N. (2021). *DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA : ANALISIS TERHADAP* Pendahuluan. 2(3), 382–388.
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Prabowo, D. E., Kurniawan, D., Magister, P., Hukum, I., & Balikpapan, U. (2021). PENGATURAN PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN REGULATION OF SUPERVISION OF THE DRUG AND FOOD CONTROL AGENCY (BPOM) IN CONSUMER PROTECTION. *Projudice*, 2(2), 1–25.
- Rahmatusyam, A., Febriani, A. T., Hasan, A., Mardiana, D., & Pary, H. (2025). *IQTISHAD SHARIA : Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transparansi dan Kejujuran dalam Praktik Flash Sale di Marketplace Digital*. 3, 92–102.
- Rika Widianita, D. (2023). DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PARA PEDAGANG DI PASAR KEDIRI KECAMATAN KEDIRI KABUPATEN TABANAN. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(I), 1–19.

- Ritonga, R., Nasution, P. A., Nst, R., Riski, R., Borotan, M., Nasution, A., Tinggi, S., Islam, A., & Mandailing, N. (2023). *ANALISIS FIQH ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI YANG*. 03(April), 30–42.
- Rohmah, Adinugraha, H. H., & Muhtarom, A. (2023). Praktik Etika Bisnis Islam dan Maqashid Syariah pada Industri Kecil Menengah Griya Pangan Batang. *Tsarwah*, 8(2), 77–92. <https://doi.org/10.32678/tsarwah.v8i2.9455>
- Rohman, M. mujibur, Siinaga, J., Yuliawai, Asmara, A., Sari, T. P., Musa, Ramadhan, A. R., Yustitia, V., Agit, A., Suhendi, Hidayati, N., Dewi, N. P. S., Sukandi, P., & Pangestika Sumadianing Saputri. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Hengki Fernanda, M.Si. (editor)) (Z-Library) (2)(1).pdf* (p. 163). PT Penamuda Media.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sahputri, R. A., & Daulay, Naser, 2025. (2025). *Analisis Pemasaran Satu Harga Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam pada Toko Kanaya Collection Serba 35 . 000*. 146–155. <https://doi.org/10.37034/jems.v7i3.104>
- Saprida, Barkah, Q., & Umari, Z. F. (2021). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (E. Widiyanto, L. Novita, & Miya, Eds.; 1st ed.). Kencana.
- Saputri, L., & Sulfian, A. S. (2024). *ANALISIS PRINSIP MURABAHAH DALAM PENETAPAN HARGA JUAL DAN LABA*. 4.
- Saragih, F. M., Prasetya, M. D. A., & Armayani, R. R. H. (2025). *Economic Insight: Journal of Economic and Management*. (1992).
- Shifa, U. L., & Mutho'am. (2021). Standar Harga Dalam Transaksi Jual Beli perspektif Wahbah Az-Zuhaili. *Syariati*, 5, 2.
- Siregar, R. H., Albina, M., Islam, U., Sumatera, N., Baru, K., & Serdang, K. D. (2025). *MENJELASKAN CARA MENGANALISIS DATA DALAM*. 3(6).

- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; kedua). Alfabeta.
- Suherli, I. R., Ridwan, A. H., Kusuma, N. R., Qorni, M. Al, Azzahro, N. F., & Sutira, A. (2023). Relevansi dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam Etika Bisnis Islam: Sebuah Tinjauan Umum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 1–11.
- Susiawati, W. (2017). Jual beli dan dalam konteks kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(November 2017), 171–184.
- Syahra, N. A., Yasintha, F., Tuzahara, R., Azmi, N., & Wismanto. (2024). Konsep Jual Beli dalam Perspektif Fiqih Muamalah dan Implikasinya Terhadap Ekonomi Syariah. *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 112–121.
- Syarqawie, F. (2025). Legal Theory JUAL BELI SISTEM DROPSHIP : ANTARA PELUANG BISNIS. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol. 3, No, 961–969.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.
- Ulum, M. (2020). *PRINSIP-PRINSIP JUAL BELI ONLINE DALAM ISLAM DAN PENERAPANNYA PADA E-COMMERCE ISLAM DI INDONESIA*. 17(01), 49–64.
- Usman, abdul halim. (2020). *manajemen strategis syariah*.
- Utami, S. P., Ningsih, T. A., & Muthmaiinnah. (2023). *Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif baik dalam masalah jual beli maupun dalam bentuk seluruh macam muamalah yang lain . syari ' at berdasarkan Al - Qur ' an dan sunnah Rasulull ah . Oleh karenanya , agar kegiatan*. 1(4).
- Wiwin, Nuryakin, R. A., Apriani, T., & Kurniasih, N. (2020). *DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra)*. 1(1), 5–12.

Zaki, K. (2020). Manajemen syariah: Viral marketing dalam perspektif pemasaran syariah. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Number 9).

