**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

# ANALISIS PENETAPAN HARGA PRODUK PADA *CAFE* MODERN BANDA ACEH MENGGUNAKAN TEORI *AL-TSAMAN AL-MITSL*

**Nurul Muthmainnah[1], Kamaruzzaman[2], Riadhus Sholihin[3]**
Ar-Raniry State Islamic University Banda Aceh, Indonesia[1,2,3]
Email: *220102092@student.ar-raniry.ac.id*[1], kamaruzzaman@ar-raniry.ac.id[2], riadhus.sholihin@ar-raniry.ac.id[3]

**Abstrak**
Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh menggunakan teori *Al-Tsaman Al-Mitsl* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan pengisian kuesioner kepada pemilik *cafe shop* Banda Aceh. Dari hasil yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa sembilan *cafe shop* Banda Aceh menghitung harga pokok produksi pada awal penetapan harga, namun terdapat *cafe shop* yang perhitungan harga pokok produksinya belum merata dan adil. Penetapan harga sebuah produk juga berfokus kepada perhitungan subsidi silang dan *add cost* (penambahan harga). Meskipun demikian, penetapan harga pada sebuah produk *cafe shop* Banda Aceh ditemukan sebagian kecil belum mencapai prinsip keadilan (*Al-Adl*) dan harga yang telah ditetapkan oleh pemilik *cafe shop* Banda Aceh masih harus dipertimbangkan, karena pelanggan merasa harga tersebut terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan harga pasar yang beredar.
**Kata Kunci:** *Al-Tsaman Al-Mitsl*, *Cafe Shop*, Penetapan Harga**.**

***Abstract***
*This study aims to analyze how the pricing of a product in a cafe shop in Banda Aceh uses the theory of Al-Tsaman Al-Mitsl in the perspective of Islamic economic law. This study uses a qualitative method where data collection is carried out through interviews and questionnaires to cafe shop owners in Banda Aceh. The results that have been collected indicate that all cafe shop owners in Banda Aceh calculate the cost of production at the beginning of pricing, but there are cafe shops whose calculation of the cost of production is not even and fair. The pricing of a product also focuses on the calculation of cross-subsidies and add costs (price additions). However, the pricing of a cafe shop product in Banda Aceh was found to have not achieved the principle of justice (Al-Adl) and the price set by the cafe shop owners in Banda Aceh still needs to be considered, because customers feel the price is too high and does not match the circulating market price.*
***Key Word:*** *Al-Tsaman Al-Mitsl*, *Cafe Shop*, *Pricing.*

## A. Pendahuluan

Aceh dikenal sebagai "Negeri dengan 1001 Warung Kopi" julukan ini disebabkan karena keberadaan warung kopi yang tak terhitung dan beragam di Aceh. Tersebarnya warung kopi di Aceh ini sebagai dampak dari tradisi minum

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

kopi turun temurun dan menjadikan ini sebagai wadah diskusi dan tempat bertukar pendapat.[1] Perkembangan warung kopi atau kata yang lebih modern yaitu *cafe shop* di kota Banda Aceh semakin berkembang, karena munculnya pergeseran ruang sosialisasi publik bagi anak muda.[2] Ini menunjukkan adanya ketertarikan yang lebih dipenuhi oleh masyarakat. Budaya minum kopi ini menjadi salah satu budaya yang sangat digemari semua kalangan, khususnya usia remaja dan dewasa. Menurut *National Coffee Association United State*s tahun 2011, terdapat peningkatan yang signifikan terhadap konsumsi harian remaja usia 18-24 tahun, yaitu dari 13% menjadi 36%.[3]

Faktor-faktor yang menjadikan *cafe shop* Banda Aceh sebagai tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat adalah: Pertama, kota Banda Aceh menjadi pusat kota yang sangat banyak *cafe shop* yang tersebar. Informasi dan hiburan terkait *cafe shop* menuntut setiap orang lebih memilah dalam memilih sebuah *cafe shop*. Kedua, perkumpulan yang terjadi pada tempat yang disebut *cafe shop* ini salah satu kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam bersosialisasi antar individu dan tidak memandang usia. Seiring dengan bertambahnya populasi manusia, pertumbuhan kebutuhan juga akan meningkat, hal ini juga menyebabkan tumbuhnya berbagai macam industri baru, termasuk industri-industri *cafe shop* yang berada di kota-kota besar.[4] Ketiga, di era modern sekarang budaya minum kopi disebuah *cafe shop* telah menjadi bagian dari sebuah gaya hidup atau lebih dikenal dengan *life style* dan ini sering kali dikaitkan dengan tren konsumsi yang lebih bergengsi.[5] Larisnya sebuah *cafe shop* pada era modern tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga sebagai gaya hidup masyarakat yang menjadikan *cafe shop* sebagai bagian dari identitas sosial dan aktivitas keseharian.[6]

Menurut Rancati, salah satu indikator keberhasilan sebuah *cafe shop* adalah ketika para pelanggan mengabadikan momen melalui *handphone*, kemudian menunjukkan emosional mereka terhadap suasana yang tercipta. Di pasar yang sangat berkompetisi ini, pemilik *cafe shop* berusaha untuk memberikan

---

[1] Myna Agustina Yusuf and Yunita Arafah, "*The Spatial Distribution Pattern of Coffee Shops in Kuta Alam District , Banda Aceh Pola Sebaran Spasial Warung Kopi Di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh*", Jurnal Geuthèë: Penelitian Multidisiplin (Multidiciplinary Research) Vol. 7, No. 3, Desember 2024. Hal: 167–74, https://doi.org/10.52626/jg.v.

[2] Syaban Syahputra Manurung. "*Preferensi Ruang-Ruang Bersosialisasi Urban Kota Medan (Study Kasus Kawasan Kota Matsum. Medan, Sumatera Utara*)". SABANA (Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara). Vol 1 No. 1, 2022. Hal: 28-33.

[3] Hafidz Hilal Assegaf, Susianto Susianto Tseng, dan Mamlukah STIKes Kuningan, "*Korelasi Antara Konsumsi Kopi Dengan Tekanan Dan Gula Darah, IMT, Hb, Lama Tidur Dan Screen Time Barista di Kabupaten Majalengka Tahun 2021*," *Journal of Public Health Innovation* Vol 1, no. 2 Juni 24, 2021. Hal: 160–70, https://doi.org/10.34305/jphi.v1i2.304.

[4] Elly Herlyana. "*Fenomena Coffee Shop Sebagai Gajala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*". Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jurnal: Thagafiyyat, Vol. 13, No.1 Juni 2012. Hal: 188.

[5] Tifani Rizki Auria. " *Fenomena Fomo Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup di Kalangan Remaja Pengunjung Kurasu Coffee (Studi Fenomenologi di Kurasu Coffee*). Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 14, No. 1. 2025. Hal: 1-16. https://doi.org/10.35967/jkms.v14i1.7598

[6] Oktaviani. "*Coffee Shop sebagai Budaya Gaya Hidup Masyarakat Urban."* Jurnal Sosiologi Nusantara. 2020 Vol:6 No. 2, Hal: 112-122.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

pengalaman yang unik dan berkesan kepada para pelanggan. [7] Ini menjadi faktor sebuah *cafe shop* mendapatkan keuntungan yang tinggi serta menjadi *cafe shop* tersebut sebagai *cafe shop* yang laris dan banyak didatangi oleh pelanggan.

Dalam dunia FnB (*Food and Beverage*) tentu mencakup menu yang mempunyai berbagai jenis makanan dan minuman, dimulai dari berbagai varian minuman. Contohnya seperti *basic coffee*, kopi susu, *mocktail*, *latte* dan teh. Untuk makanan mencakup berbagai jenis nasi, varian dimsum, *noodles*, varian *chicken*, dan berbagai jenis *dessert* lainnya. Hanya bahan baku yang digunakan berbeda merek. Para pemilik *cafe shop* Banda Aceh membuat beragam jenis makanan dan minuman ini untuk persyaratan yang mendasar yang harus dipenuhi oleh manusia untuk menjalankan aktivitas kesehariannya.

Dengan adanya perkembangan dalam dunia persaingan antar usaha *cafe shop* di Banda Aceh, para pemilik *cafe shop* Banda Aceh perlu untuk beradaptasi dan mengembangkan inovasi terbaru dalam menempatkan menu dan harga yang terjangkau. Pelanggan juga semakin mendorong permintaan agar *cafe shop* memanfaatkan sumber daya mereka secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.[8]

Dalam penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh para pemilik *cafe shop* berfokus pada perhitungan harga pokok produksi yang meliputi harga bahan baku, biaya produksi, alat atau fasilitas yang digunakan, dan biaya tenaga kerja. Untuk bahan baku mencakup kopi, berbagai macam sirup, susu, teh, es batu, gula, garam, beras, sayur-sayuran, ayam, cabai dan indomie. Alat atau fasilitas mencakup mesin kopi, *grinder* (mesin penghalus biji kopi), blender, kulkas, pemanas air listrik, pendingin ruangan, *cosmos* dan *oven*. Biaya tenaga kerja untuk pekerja, yaitu: *barista*, *chef*, *baker*, dan *waiters*.

Penelitian ini berdasarkan kepada sebuah survei melalui *platform Google Form* dimana ditemukan sebanyak sembilan *cafe shop* Banda Aceh, meliputi:

1. Put *And* Key *Cafe and Eatery*
2. Kedai Pagi Seruni
3. Sedua *Coffee*
4. Harvies *Coffee*
5. Kopi Ais
6. Toko Kopi Sentosa
7. Sribudaya *Cafe*
8. Cut Manyak
9. Pasay *Coffee*

Keseluruhan *cafe shop* tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena dianggap mampu mempresentasikan kondisi nyata industri *cafe shop* di Banda Aceh, baik dari segi variasi menu, harga, dan lokasi *cafe*. Keberagaman

[7] G. Rancati, Nguyen, Thi, Fowler, D. Mauri, Carsters, C. Schultz. "*Pengalaman Pelanggan di Kedai Kopi: Pendekakatan Neuromarketing Multidisiplin*" Jurnal Perilaku Konsumen. Hal-23. 2023.

[8] Ditawati, Yuswari Nur, dan Nurlaela. "*Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusaan Pembelian Pada Ayam Raciken Talasapang".* Malomo: Jurnal Manajemen dan Akutansi. Volume 2 No.1 Februari 2024. Hal: 111-121. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4605/2606.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

karakteristik masing-masing *cafe shop* di Banda Aceh dilihat dari konsep pelayanan, segmentasi pasar, hingga bagaimana dalam penetapan harga pada sebuah produk. Penelitian ini berfokus kepada penetapan harga sebuah produk pada sembilan *cafe shop* di Banda Aceh dan bertinjau kepada *fiqh muamalah*.

Dalam Islam penetapan harga diberikan kebebasan, secara sederhana dapat dijelaskan bahwa apapun mekanisme yang digunakan saat penetapan harga yang diterapkan pada saat terjadinya transaksi sedang berlangsung diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang melarangnya dan harga yang telah ditetapkan tersebut bisa diterima secara suka rela antara penjual dan pembeli. Harga menjadi hal yang sangat krusial pada aktivitas ekonomi, apabila suatu barang dipasarkan dengan harga yang terlalu tinggi, maka hal tersebut berpotensi turunnya minat beli pelanggan sehingga permintaan terhadap suatu barang tersebut menurun. Sebaliknya, apabila harga yang dipasarkan terlalu rendah, maka keuntungan yang didapatkan oleh penjual menjadi tidak optimal.[9] Penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik *cafe shop* akan mempengaruhi pendapatan atau keuntungan yang akan didapatkan dan kerugian yang didapatkan. Apabila proses penetapan harga jual tidak dipertimbangkan dengan baik, maka hal tersebut dapat menimbulkan ketidakseimbangan antara biaya produksi dan pendapatan yang didapatkan, sehingga berpotensi menganggu stabilitas operasional sebuah usaha *cafe shop* dan menurunkan daya saing *cafe shop* di pasar.

Dalam kegiatan jual beli, bagian terpenting adalah nilai tukar dari suatu barang atau produk yang akan dijual. Pada abad ke-21 sekarang, nilai tukar lebih dikenal dengan sebutan uang. Ulama fiqh menginterprestasi bahwa harga adalah jumlah suatu barang di pasar yang tersebar dikalangan masyarakat pada saat ini, munculnya sebuah harga didasarkan pada nilai kepuasan antara penjual dan pembeli. Pembeli yang beragama Islam tidak dianjurkan untuk melakukan suatu kepuasan yang melebihi kadarnya, seorang pembeli yang beragama Islam harus menjalani kegiatan kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan ajaran Islam. Teori ekonomi Islam perihal harga dapat dilihat dari sebuah hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang bertanya kepada Nabi terkait penetapan harga. Rasulullah menolak pertanyaan tersebut dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan karena Allah yang menetapkannya. Ucapan Nabi perihal mekanisme harga pada pasar mengartikan bahwa dinamika harga merupakan bagian dari kehendak Allah yang bekerja secara alamiah atau hukum *supply* (permintaan) dan *demand* (penawaran). Teori ini diperkuat oleh seorang pakar ekonomi Islam kontemporer yaitu Adam Smith dengan nama teori *invisible hand*, menurutnya teori pasar ini diatur oleh tangan-tangan yang tidak terlihat (*invsible hand*) atau lebih tepatnya *God Hands* (tangan-tangan Allah). Dengan demikian, harga akan sesuai dengan penawaran dan permintaan dipasar, maka harga barang tidak selalu

[9] Syamsul Effendi, "*Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*," Mutlaqah:: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah Vol. 1 No. 2. January 2021. Hal: 26–35, https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

ditetapkan oleh pemerintah, karena ketentuan harga pasar tergantung kepada *supply* (permintaan) dan *demand* (penawaran). [10]

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga sebuah produk harus sejalan dengan hukum *supply* (permintaan) dan *demand* (penawaran) yang berlaku dipasar. Selain itu, para pemilik *cafe shop* Banda Aceh juga melakukan penetapan harga berdasarkan dengan prinsip-prinsip *fiqh muamalah*, khususnya melalui penerapan teori *Al-Tsaman Al-Mitsl* dan konsep keadilan.

## B. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan pada artikel ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan normatif-empiris. Pendekatan kualitatif dipilih pada penelitian ini untuk mendeskripsikan secara mendalam terkait penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh. Jenis pendekatan normatif pada penelitian ini bertujuan untuk memahami kesesuaian penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* dengan ilmu *fiqh muamalah.*

Sedangkan pendekatan empiris pada penelitian ini untuk memperoleh data dari studi kasus pada *cafe shop* Banda Aceh. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui bagaimana penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh, dimulai dari perhitungan harga pokok produksi, subsidi silang, *add cost* (penambahan harga), perhitungan yang merata dan adil, informasi terkait harga, harga yang tersebar pada pasar, pajak restoran, daya beli konsumen, dan persentase keuntungan yang didapatkan oleh pemilik *cafe shop* Banda Aceh.

Sumber data pada penelitian ini menggunakan dua jenis, data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan dengan cara mewawancarai pemilik *cafe shop* Banda Aceh. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang Undang Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan, studi kepustakaan, meliputi buku *fiqh muamalah*, jurnal ilmiah, skripsi dan website.

Pada teknik pengumpulan data, penulis menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan sebuah pendapat subjek penelitian tentang penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh. Informasi yang sudah terkumpul dari kuesioner akan dianalisis oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis memanfaatakn *platform Google Form* sebagai media penyusunan kuesioner untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan. Kemudian hasil dari kuesioner akan di perkuat dengan pengumpulan data studi kepustakaan, kegunaan studi kepustakaan akan mendalami konsep dari *Al-Tsaman Al-Mitsl*.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Definisi Teori *Al-Tsaman Al-Mitsl* dan Harga Secara Umum

Teori *Al-Tsaman al-Mitsl* adalah teori yang membahas tentang penetapan harga yang sepadan atau adil berdasarkan kondisi permintaan pasar. Secara bahasa,

[10] Syamsul Effendi, "*Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*," Mutlaqah:: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 2. January 2021. Hal: 26–35, https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

kata "*Al-Tsaman*" berarti harga, sedangkan "*Al-Mitsl*" berarti kesetaraan atau keseimbangan. Dapat disimpulkan, *Al-Tsaman Al-Mitsl* adalah harga yang menggambarkan nilai yang sebenarnya dari suatu barang atau jasa dalam pasar yang adil tanpa rekayasa atau manipulasi. Menurut Ibnu Taimiyah, beliau mengemukakan sebuah konsep mengenai permasalahan harga yang adil (*Tsaman al-Mitsl*), Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa *Al-Tsaman Al-Mitsl* merupakan jumlah nilai yang akan dijual secara umum dan diterima secara suka rela oleh masyarakat, dan barang yang akan diperjualbelikan setara dengan yang ditawarkan.[11]

Ibnu Taimiyah mengemukakan sebuah konsep keadilan terhadap mekasnisme pada pasar. Konsep yang pertama yaitu (1) Keadilan Harga, menurut Ibnu Taimiyah keadilan harga terbagi menjadi dua, yaitu a) *Iwadh al-Mitsl* adalah pengganti yang selaras yang artinya nilai yang sama dari suatu barang dilihat dari kebiasaan. b) *Tsaman al-Mitsl* adalah harga pokok penjualan yang sebuah produk yang biasanya dianggap sebanding dengan barang yang beredar pada pasar. Keadilan yang dimaksud oleh Ibnu Taimiyah yaitu tidak berniat untuk menyakiti dan merugikan orang lain. (2) Mekanisme Pasar, Ibnu Taimiyah memiliki pandangan terhadap pasar bebas, menurutnya sebuah harga sangat di pengaruhi oleh penawaran dan permintaan. Naik dan turunnya sebuah harga pada produk tidak selalu karena timbulnya ketidakadilan (*dhulm*) oleh individu atau kelompok tertentu. Dapat dilihat bahwa bisa terjadi kurangnya atau penurunan impor barang yang sesuai dengan permintaan. Maka, jika keinginan untuk membeli suatu produk menurun harganya akan naik. Tetapi jika ketersediaan suatu produk meningkat dan keinginan membeli menurun, maka harga yang didapat oleh konsumen akan turun. Ini dapat dilihat jika terjadinya sebuah kelangkaan pada sebuah produk, namun penyebabnya tidak melibatkan ketidakadilan pada penetapan harga.[12]

Dalam perspektif Islam, harga yang adil merupakan harga yang terbentuk secara wajar melalui interaksi antara permintaan dan penawaran (*supply and demand*) dalam mekanisme pasar, serta bebas dari praktik kezaliman, penipuan (*gharar*), riba dan penimbuan (*ihtikar*). Teori ini berprinsip pada keadilan (*'adl*) dan kemaslahatan (*mashlahah*) dalam kegiatan ekonomi.[13]

Mekanisme penetapan harga sebuah produk dalam pemikiran Islam berlandaskan pada prinsip *maqasid syariah*, tujuannya untuk mewujudkan kemashlahatan (kebaikan bersama) dan menghindari terjadinya kerusakan (*mafsadah*) di tengah masyarakat. Dalam sistem ekonomi Islam, harga terbentuk melalui keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Keseimbangan terjadi ketika konsumen dan produsen merelakan transaksi yang terjadi. Kerelaan ini muncul atas keputusan kedua belah pihak dalam mempertahankan nilai barang yang ditawarkan. Dengan demikian, harga merupakan hasil interaksi antara kesanggupan

[11] Maryam Fany, Sindi Setiawati, Shinta Puja Rinjani, dan Lina Marlina., "*Konsep Harga Adil Menurut Ibnu Taimiyah Relevansi Dalam Ekonomi Modern*". Jurnal: Mashlahah Vol. 3 no. 2 April 2025. Hal: 127-136.

[12] Hilma Maudi, Hazki Ziadatur Rizki, and Lina Marlina, "*Konsep Keadilan Harga Dalam Pemikiran Ibnu Taimiyyah Dan Relevansinya Terhadap Mekanisme Pasar Modern*" Jurnal: Iqtishodiah: Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol 7. No. 1, 2025. Hal: 20–26.

[13] Mannan, M.A " *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*" Penerbit: PT. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa Tahun 1997.

konsumen dan produsen dalam menyediakan produk yang dihasilkan oleh produsen dan kemampuan konsumen untuk membeli nilai barang yang dimaksud.[14]

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) harga adalah nilai barang yang ditentukan dengan sejumlah uang, jumlah uang atau sebagai alat tukar lain yang senilai dengan produk atau jasa pada waktu tertentu.[15] Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk memperoleh sebuah produk atau jasa yang akan seseorang dapatkan.[16]

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.35/M-DAG/PER/7/2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa harga adalah nilai barang dalam jumlah satuan atau jumlah tertentu yang dinyatakan dengan rupiah. Pada pasal 2 ayat 1 menjelaskan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara eceran dan/atau jasa kepada konsumen wajib mencantumkan harga barang atau tarif jasa secara jelas, mudah dibaca dan diingat.[17]

Harga mempunyai sifat yang dinamis dan fleksibel, sehingga harga dapat berubah dengan cepat mengikuti perkembangan pada pasar. Standar harga pada umumnya ditentukan oleh standar kualitas suatu produk. Produsen cenderung menetapkan harga jual yang lebih tinggi untuk sebuah produk yang lebih berkualitas, dan konsumen bersedia untuk membayar sebuah produk dengan harga yang lebih tinggi demi memenuhi kebutuhan para konsumen. Harga pada dasarnya mencerminkan nilai dan manfaat yang terkandung dalam suatu produk untuk melengkapi tujuan serta kepuasaan para pihak yang terlibat, baik produsen maupun konsumen. Bagi produsen, nilai dan kegunaan yang melekat pada produk menjadi dasar untuk menetapkan harga yang mampu menghasilkan keuntungan dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu, bagi konsumen harga dipandang sebagai representasi dari manfaat dan kegunaan sebuah produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.[18]

Seorang profesor Amerika Serikat, Philip Kotler dikenal sebagai "Bapak Pemasaran Modern" beliau mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah nilai atau berupa uang yang akan dibebankan untuk sebuah produk atau jasa dari nilai yang

---

[14] Muhammad Rohid and Ahmad Fauzi, "A*nalisis Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam Menurut Pemikiran Imam Al-Ghazali*," Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah. Vol. 2, No. 3. 2025. Hal: 313–29, https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i3.1358.

[15] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

[16] Anggi Pratiwi Sitorus, "*Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam,*" Attanmiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol. 1, No. 1, 2022. Hal: 44, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

[17] Menteri Perdagangan and Republik Indonesia, "*Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan*," Tahun 2013.

[18] Gregorius Widiyanto, Heri Satrianto, Fx. Pudjo Wibowo "*Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Snack)*," Jurnal Eco-Buss, Vol. 3, No. 3 April 2021. Hal:120-122, https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/208/126.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

telah ditukarkan oleh konsumen. Dalam kegiatan jual beli, harga adalah salah satu bagian yang penting, karena harga sebagai alat tukar dalam sebuah transaksi.[19]

Pada saat menetapkan sebuah harga pada produk, pemilik *cafe shop* harus terlebih dahulu menghitung harga pokok produksi agar keuntungan yang didapatkan merata dan konsisten. Harga pokok produksi merupakan sekumpulan biaya produksi yang berhubungan dengan aktivitas dan proses pengolahan bahan baku yang akan menjadi produk akhir, terdiri dari biaya material, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.[20] Harga pokok produksi ini adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha *cafe shop* untuk menetapkan harga pada sebuah produk.

Penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* tidak hanya berfokus kepada perhitungan harga pokok produksi, tetapi juga menggunakan strategi subsidi silang dan *add cost* (penambahan harga). Subsidi silang merupakan suatu cara pembiayaan yang memanfaatkan laba atau pendapatan dari suatu kategori, produk, atau layanan untuk menutupi pengeluaran atau memberikan bantuan keuangan bagi kategori, produk atau layanan yang berbeda. Dengan adanya subsidi silang, pemilik *cafe* dapat menjaga kestabilan harga pada sebuah produk, meratakan akses dan memastikan keberlangsungan suatu bisnis atau layanan.[21] Sedangkan *add cost* atau biaya tambahan merupakan biaya yang ditambahkan di luar biaya pokok produksi untuk menutupi komponen biaya tertentu, seperti biaya operasional, biaya risiko, dan biaya penyesuaian kondisi pasar. Dalam konteks manajemen biaya, *add cost* berfungsi untuk memastikan bahwa harga akhir produk mampu menutupi seluruh pengeluaran perusahaan dan memberikan keuntungan yang wajar.[22]

Dalam konteks penetapan harga pada *cafe shop* Banda Aceh, dari hasil kuesioner terhadap sembilan *cafe shop* menunjukkan bahwa tidak semua pemilik *cafe shop* menetapkan harga pada sebuah produk secara adil. Untuk menetapkan harga pada sebuah produk harus menghitung harga pokok produksi terlebih dahulu. Namun, beberapa *cafe shop* Banda Aceh belum menghitung harga pokok produksi secara merata, serta harga pokok produksi tidak dihitung secara keseluruhan seperti: biaya bahan baku, biaya operasional, gaji karyawan, dan biaya lainnya. Salah satu *cafe shop* Banda Aceh yaitu Sribudaya *Cafe* tidak menghitung harga pokok produksi secara keseluruhan, pemilik *cafe* tersebut hanya menghitung biaya bahan baku. *Cafe shop* Toko Kopi Sentosa juga belum merata dalam perhitungan harga pokok produksi, ini disebabkan pemilik *cafe shop* tersebut memproduksi sirup sendiri, yang dimana pemilik *cafe* tersebut harus mengeluarkan biaya yang lebih untuk menghasilkan sebuah sirup. Pemilik *cafe* juga memperhatikan harga buah yang tersebar di pasar, dan rasa dari buah setiap musimnya akan berubah-ubah. Ini menjadi alasan bahwa pemilik *cafe shop* tersebut menghitung harga pokok produksi

---

[19] Evi Kholishoh Ainuz Zulva, "*Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Dan Hargar Terhadap Volume Penjualan Produk HNI-HPAI di Agen Halal Mart*". Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen. Vol. 2, No. 2. 2025. Hal: 26–37. https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.4551.

[20] Kiki Septia Ihwan et al., "*Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM U&Mie Menggunakan Metode Full Costing*," Lokawati Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset Vol. 2, No. 6, 2024. Hal: 254–65, https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i6.1363.

[21] Mankiw, N. Gregory. "*Principle of Economic." 9th Edition.* 2021.

[22] Mulyadi. *"Akuntansi Biaya*" Universitas Gajah Mada. Penerbit: UPP STIM YKPN. Edisi: 5 Tahun 2016.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

belum merata secara keseluruhan. Pada *cafe shop* Kopi Ais, pelanggan merasa bahwa harga yang ditetapkan terlalu tinggi, tidak sebanding dengan *cafe-cafe shop* Banda Aceh lainnya. Pelanggan Kopi Ais merasa bahwa harga yang telah ditetapkan tidak sesuai dengan pasar yang beredar. Ini menunjukkan bahwa *cafe shop* Kopi Ais tidak sesuai dengan *supply* dan *demand* para pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa harga tersebut lebih tinggi dari nilai sebuah produk, maka kemungkinan pelanggan tidak akan membeli lagi produk tersebut. Sebaliknya, jika pelanggan merasa harga berbeda dibawah nilai sebuah produk tersebut atau sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelanggan tersebut kemungkinan akan membeli kembali produk tersebut.[23]

**2. Penetapan Harga Sebuah Produk Pada *Cafe Shop* Banda Aceh**

Penetapan harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam memanajemenkan operasional pada sebuah *cafe shop* untuk menetapkan sebuah harga dan penetapan harga membutuhkan analisis yang lengkap terhadap berbagai macam biaya dan penyesuaian kondisi pasar. Penetapan harga merupakan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih tingkat harga umum pada sebuah produk. Saat melakukan pembelian, konsumen akan memperhatikan harga dan menyesuaikan harga tersebut dengan kemampuannya.[24] Penetapan harga pada sebuah *cafe shop* merupakan proses yang mempertimbangkan biaya produksi, namun juga mengacu pada perubahan harga pasar yang tersebar. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, semua pemilik *cafe shop* Banda Aceh melakukan proses terlebih dahulu mengenai penetapan harga dengan menghitung harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, *overhead* operasional seperti listrik dan fasilitas yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk. Kewajiban pemilik *cafe shop* Banda Aceh juga harus sesuai dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen Pasal 7 (b) yaitu: "Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan". [25]

Dalam konteks usaha *cafe shop* Banda Aceh, para pemilik *cafe shop* wajib menentukan sebuah nilai jual produk dan harus memiliki kemampuan dalam mengelola biaya, serta dapat mempertahankan usaha *cafe shop* mereka. Tidak hanya itu, pemilik *cafe shop* harus menyesuaikan diri terhadap permintaan para pelanggan. Terkait penetapan harga memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi harga jual, yaitu:

a. Keadaan Ekonomi
b. Penawaran dan Permintaan
c. Elastisitas Permintaan

---

[23] Mohammad Noorman Mulyadi, "*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba*," Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. Vol. 10, No. 3. 2022. Hal: 511–18, https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539.

[24] Amyra Zhahra Lubis, Leni Lastrian Nahulae, Nur Marliana Anggraini, Rabiatun Adawiyah dan Suhairi. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga".* Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 9, No. 204. 2024. Hal: 2022–25.

[25] Undang-Undang, "*Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen,*" *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, No. 8. 1999. Hal: 1–19, https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

d. Persaingan
e. Biaya
f. Tujuan Pelaku Usaha.[26]

Penetapan harga sebuah produk bagi pengusaha atau pemilik *cafe shop* Banda Aceh memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Memperoleh Laba Maksimal, dengan adanya penetapan harga yang detail maka pengusaha *cafe shop* Banda Aceh akan memperoleh laba yang maksimal.
2. Promosi, penetapan harga sebuah produk yang dilakukan oleh pengusaha *cafe shop* Banda Aceh juga berfungsi sebagai instrumen promosi, karena strategi harga yang sesuai dapat meningkatkan daya tarik pelanggan dalam membeli sebuah produk.
3. Terjadinya Peningkatkan Penjualan, strategi peningkatan penjualan akan terpenuhi jika pengusaha *cafe sho*p Banda Aceh melakukan penetapan harga secara detail.
4. Mencapai Target Pengembalian Investasi, sebuah usaha *cafe shop* tentu menginginkan balik modal dari investasi yang disalurkan oleh pengusaha *cafe shop*, dengan demikian penetapan harga sangat diperlukan agar tercapainya modal yang ditanam kembali ke tangan pengusaha.
5. Meningkatkan Daya Saing.
6. Stabilitas Harga.[27]

Pada penelitian ini penulis memberikan beberapa pertanyaan melalui *platform Google Form* kepada pemilik usaha *cafe shop* Banda Aceh. Peneliti memberikan pertanyaan yang mencakup harga pokok produksi, subsidi silang, *Add Cost* (penambahan harga), perhitungan secara merata, informasi terkait harga, keuntungan yang didapat oleh pemilik *cafe shop*, pemungutan pajak *cafe shop*, dan daya beli konsumen.

Dari hasil kuesioner yang telah diperoleh, ditemukan sembilan *cafe shop* Banda Aceh menghitung harga pokok produksi. Harga pokok produksi sangat penting dalam penetapan harga pada seluruh produk yang akan di jual. Selain dari harga pokok produksi, penetapan harga sebuah produk juga dipengaruhi oleh perhitungan subsidi silang dan *add cost*. Ditemukan sebanyak lima yaitu:

**Tabel 1. Perhitungan Yang Digunakan Oleh Pemilik *Cafe Shop***

| No. | Nama Cafe | Add Cost | Subsidi Silang |
|---|---|---|---|
| 1. | Put *And* Key | ✓ | ✓ |
| 2. | Kedai Pagi Seruni | ✓ | ✓ |
| 3. | Sedua *Coffee* | ✓ | - |
| 4. | Harvies *Coffee* | ✓ | ✓ |
| 5. | Kopi Ais | - | - |
| 6. | Toko Kopi Sentosa | ✓ | ✓ |

[26] Pratiwi Sitorus, *"Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.*" Jurnal: Attanmiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.1, No.1 Januari 2022.

[27] F. Tjiptono, *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, vol. 1, 2015.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 7. | Sribudaya *Cafe* | - | - |
| 8. | Cut Manyak | ✓ | ✓ |
| 9. | Pasay *Coffee* | ✓ | - |

Subsidi silang ini berfungsi sebagai strategi untuk mendukung keberlanjutan keuntungan dengan cara menyeimbangkan pendapatan antar produk. Melalui mekanisme ini, suatu produk dapat ditawarkan dengan harga yang lebih rendah karena ditanggung oleh keuntungan yang diperoleh dari produk lain yang memiliki keuntungan lebih tinggi. memberikan keuntungan yang lebih tinggi.[28] Dalam penentuan harga sebuah produk, para pemilik *cafe shop* biasanya melihat harga pasar yang tersebar sebagai acuan. Penetapan harga tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti lokasi, kualitas, biaya operasional serta target pasar dari *cafe shop* tersebut. Ditemukan sebanyak bahwa:

**Tabel 2. Penentuan Harga Produk**

| No. | Nama Cafe | Lokasi, Kualitas, Harga Pasar yang Beredar | Menaruh Harga Awal Tanpa Adanya Penambahan Harga | Mempertimbangkan Antara Harga Pasar Yang tersebar/ Tetap Menaruh Harga Awal |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Put *And* Key | - | - | ✓ |
| 2. | Kedai Pagi Seruni | - | - | ✓ |
| 3. | Sedua *Coffee* | ✓ | - | - |
| 4. | Harvies *Coffee* | - | ✓ | - |
| 5. | Kopi Ais | ✓ | - | - |
| 6. | Toko Kopi Sentosa | - | - | ✓ |
| 7. | Sribudaya *Coffee* | ✓ | - | - |
| 8. | Cut Manyak | ✓ | - | - |
| 9. | Pasay *Coffee* | ✓ | - | - |

Perihal daya beli, dari hasil kuesioner yang telah peneliti sebar, ditemukan bahwa:

**Tabel 3. Daya Beli Konsumen**

| No. | Nama Cafe | Harga Produk Sesuai dengan Permintaan | Berdasarkan UMR Kota Banda Aceh | Pemungutan Pajak Cafe |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Put *And* Key | ✓ | - | - |
| 2. | Kedai Pagi Seruni | ✓ | - | - |

[28] "*Penerapan Strategi Subsidi Silang Dan Implementasinya Dalam Bisnis - Bank Mega Syariah*," *accessed February* 20, 2026, https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/pembiayaan/penerapan-strategi-subsidi-silang.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3. | Sedua *Coffee* | ✓ | - | - |
| 4. | Harvies *Coffee* | ✓ | - | - |
| 5. | Kopi Ais | ✓ | - | - |
| 6. | Toko Kopi Sentosa | - | ✓ | - |
| 7. | Sribudaya *Coffee* | - | - | - |
| 8. | Cut Manyak | ✓ | - | ✓ |
| 9. | Pasay *Coffee* | ✓ | - | - |

Informasi terkait harga menjadi aspek yang sangat penting dalam menetapkan harga jual sebuah produk. Dalam dunia FnB (*Food and Beverage*) harga tidak hanya sebuah nominal yang menentukan sebuah harga, tetapi juga sebagai strategi pemasaran, serta sebagai alat bersaing dengan *cafe shop* lain yang berada di Banda Aceh. Semua pemilik *cafe shop* di Banda Aceh mencantumkan harga secara jelas pada menu.

Dalam menetapkan sebuah keuntungan pada produk, cara yang dapat diterapkan pemilik *cafe shop* Banda Aceh dengan disebar keseluruh produk, tidak berfokus pada produk tertentu. Terkait keuntungan atau *profit* yang didapatkan oleh pemilik *cafe shop*, keuntungan tersebut tidak hanya berfokus pada selisih antara pendapatan dan biaya, namun juga dilihat pada ketetapan strategi penetapan harga dan usaha untuk mempertahankan daya saing dipasar.[29] Strategi pemasaran adalah salah satu cara yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan kepada pelanggan tentang produk yang akan diperjualbelikan, strategi ini mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut.[30] Pemilik *cafe shop* Banda Aceh memiliki strategi dalam mengambil keuntungan atau margin. Berdasarkan hasil kuesioner, ditemukan pemilik *cafe shop* Banda Aceh mengambil persentase keuntungan yang bervariasi. Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan dan kebijakan para pemilik *cafe shop* dalam pengelolaan usaha. Untuk memaparkan temuan tersebut, berikut disajikan tabel yang memuat persenan para pemilik *cafe shop* dalam mengambil keuntungan.

**Tabel 4. Persen Keuntungan**

| No. | Nama *Cafe Shop* | Keuntungan |
|---|---|---|
| 1. | Sedua *Coffee* | 10% |
| 2. | Put *And* Key, Kedai Pagi Seruni, Cut Manyak | 20 % |
| 3. | Sribudaya *Cafe* | 30 % |
| 4. | Harvies *Coffee*, Kopi Ais | 40 % |
| 5. | Pasay, Toko Kopi Sentosa | 50 % |

**Sumber: Berdasarkan Olah Data Penulis**

[29] "*Improving a Coffee Shop's Profitability: 2025 Guide," accessed February* 21, 2026, https://www.valueplanningreports.com/post/improving-a-coffee-shop-s-profitability-a-productpricing-case study?srsltid=AfmBOoqdg9o90PrLvQcFG9VdWuIKVoFQnW1Cra5GfDhBWa8HBsx8K1Ic.

[30] I Made Darsana, Suci Rahmadani, Erni Salijah. "*Strategi Pemasaran*," n.d. Penerbit Intelektual Manifes Media. ISBN: 978-623-88640-1-0. Agustus 2023

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa para pemilik *cafe shop* Banda Aceh mengambil keuntungan atau profit yang berbeda-beda sesuai dengan operasional dan strategi masing-masing pemilik *cafe shop*. Variasi tersebut menunjukkan perbedaan dalam penentuan harga, pengelolaan biaya, dan keuntungan yang diambil oleh pemilik *cafe shop* Banda Aceh .

**3. Strategi Penerapan Teori *Al-Tsaman Al-Mitsl* Dalam Penetapan Harga Pada *Cafe Shop* Banda Aceh**

Dalam hukum Islam, penetapan harga diberikan kebebasan yang mengartikan bahwa semua bentuk konsep harga yang terjadi saat transaksi jual beli sedang berlangsung diperbolehkan dalam ajaran agama Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan harga yang telah ditetapkan tersebut terjadi atas dasar suka rela antara penjual dan pembeli.[31] Mengenai teori *Al-Tsaman Al-Mitsl* dalam penetapan harga pada *cafe shop* Banda Aceh berfokus kepada perhitungan yang adil dan merata, dimana para pemilik *cafe shop* Banda Aceh harus menetapkan sebuah harga dengan jumlah yang dapat diterima oleh pelanggan.[32]

Penetapan harga pada *cafe shop* Banda Aceh berpacu kepada perhitungan harga pokok produksi, harga pokok produksi ini berfungsi untuk memastikan bahwa harga yang telah ditetapkan mampu menutupi biaya minimum.[33] Namun, terdapat *cafe shop* Banda Aceh yaitu Sribudaya *cafe* yang menghitung harga pokok produksi tetapi tidak secara keseluruhan. Pemilik Sribudaya *cafe* tersebut hanya menghitung bahan baku saja, seharusnya harga pokok produksi itu harus secara menyeluruh, meliputi: harga bahan baku, alat atau fasilitas, dan biaya tenaga pekerja (*barista*, *chef*, *waiters*, *baker*, *clearning service*). Ditemukan juga bahwa *cafe* Toko Kopi Sentosa menghitung harga pokok produksi belum secara merata, dikarenakan pemilik *cafe shop* tersebut memproduksi bahan baku sendiri seperti sirup rasa jeruk. *Cafe* tersebut tidak membeli sirup jeruk kepada distibutor, seperti *cafe* lainnya. Harga buah jeruk tersebut tergantung kepada harga pasar yang tersebar, serta rasa buah terkadang tidak konsisten. Kemungkinannya untuk produksi sirup jeruk tidak konsisten, sehingga harga pokok produksi tidak merata. Ini adalah bagian dari strategi *cafe* itu sendiri untuk mengontrol kualiatas bahan baku dan konsistensi rasa sebuah produk.[34] Dapat dilihat bahwa penetapan harga sebuah produk pada Sribudaya *cafe* dan Toko Kopi Sentosa belum mencapai konsep *Al-Tsaman Al-Mitsl*, yang dimana pada konsep ini mengacu kepada permasalahan harga yang adil. Jika perhitungan harga pokok produksi tidak dilakukan secara menyeluruh dan tidak merata, maka tingkat keuntungan yang didapatkan oleh pemilik *cafe shop* tidak terukur secara pasti. Dengan keadaan seperti ini, dapat

---

[31] Syamsul Effendi, "*Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*," Mutlaqah:: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 2. 2021. Hal: 26–35. https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442."

[32] Maudi, Rizki, and Marlina, "*Konsep Keadilan Harga Dalam Pemikiran Ibnu Taimiyyah Dan Relevansinya Terhadap Mekanisme Pasar Modern.*"

[33] Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, and Madhav Rajan, "C*ost Accounting: A Managerial Emphasis,* 14/E.," *ICB Research Reports*, no. 9 (2011), https://repositori.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/196648/slug/cost-accounting-a-managerial-emphasis-14-e-.html.

[34] Hasil Wawancara, Aldi Imanullah, Pemilik *Cafe Shop* Toko Kopi Sentosa, Wawancara Online. 24 Februari 2026.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

menimbulkan ketidakefesiensi dalam pengelolaan sebuah usaha *cafe shop* dan akan bermuncul kemashlahatan yang tidak diharapkan.[35]

Selain dipengaruhi oleh harga pokok produksi, penetapan harga juga dipengaruhi oleh penentuan subsidi silang dan *Add Cost*. Kedua strategi tersebut memiliki kegunaan dan tujuannya masing-masing. Subsidi silang merupakan strategi yang dapat digunakan oleh pemilik *cafe* Banda Aceh untuk menyimbangkan struktur biaya dan keuntungan yang di dapatkan dari sebuah produk. Dengan adanya subsidi silang ini dapat menjaga daya saing *cafe shop* Banda Aceh dan memastikan operasional *cafe shop* berlanjut secara keseluruhan. Lain halnya dengan *Add Cost*, *add cost* adalah penambahan harga yang digunakan oleh pemilik *cafe shop* dengan keputusan diwaktu yang berbeda. Pemilihan ini dilihat antara satu waktu dan waktu lainnya berdasarkan pada analisis *cafe shop* tersebut dan kesesuaian pada kebutuhan operasional. Dalam konteks ini, kedua strategi tersebut tidak melanggar landasan syariah, penggunaan subsidi silang pada sebuah usaha *cafe shop* dipandang sebagai instrumen yang diperbolehkan (mubah/jaiz).[36] Penambahan harga pada sebuah produk juga harus menggunakan harga *riil* oleh pemilik *cafe*. Kedua strategi ini bahkan di anjurkan, selama tujuan tersebut untuk mewujudkan keadilan sosial (*Al-Adl wa al-Ihsan*).

Setelah penetapan sebuah harga pada produk di *cafe shop* Banda Aceh, semua pemilik *cafe shop* memberikan informasi secara jelas mengenai harga produk pada menu yang telah disediakan. Tindakan ini memudahkan para pelanggan untuk mengetahui harga setiap produk dan pemilik *cafe shop* juga memberikan keterbukaan dan akuntabilitas dalam usaha *cafe shop*. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, penyampaian informasi harus secara jelas agar terhindar dari unsur *gharar* atau ketidakjelasan pada akad yang sedang berlangsung, jika harga tidak dicantumkan secara jelas atau terdapat perbedaan harga tanpa adanya penjelasan yang jelas, maka ini dapat di kategorikan dalam benutk *gharar* (ketidakjelasan). Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Rasulullah SAW: "*Sesungguhnya Rasulullah melarang jual beli yang mengandung penipuan (gharar)*" (H.R Muslim.)[37] Tujuan lain dari keterbukaan penyampaian harga kepada pelanggan *cafe shop* adalah untuk memastikan adanya keadilan antara penjual dan pembeli, sehingga proses akad yang sedang berlangsung transparan dan terpercaya, kegiatan ini juga memastikan bahwa harga tersebut sudah sesuai dengan kualitas produk.

Terkait harga yang tertera pada menu yang telah disediakan oleh *cafe shop* Banda Aceh, terdapat pada *cafe shop* Kopi Ais bahwasanya para pelanggan merasa harga produk pada *cafe shop* tersebut terlalu tinggi, terutama adanya *gap* yang

---

[35] M. Umer Chapra "*The Future of Economics: An Islamic Perspective*". Google Buku, accessed February 21, 2026, https://books.google.co.id/books?id=0NGpDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

[36] Resika Triani Putri and Syaiin, "*Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Pembiayaan Mikro Syariah Studi Kasus Pada BMT Muamalah Syariah Tebuireng Jombang*," Jurnal Ilmiah Nusantara. Vol. 2, No. 4. 2025, Hal: 595–607.

[37] Sasa Sunarsa and Dede Abdul Karim, "*Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Ketidaksesuaian Harga Dalam Transaksi Jual Beli Buah-Buahan*," Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol 4, No. 2. 2025. Hal: 136–44, https://doi.org/10.37968/jhesy.v4i2.1656.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

cukup signifikan antara satu produk dengan produk lainnya. Situasi seperti ini mengidentifikasi bahwa masih ada pelanggan yang menilai struktur harga tersebut belum mencerminkan prinsip keadilan, ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan serta keinginan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, *cafe* Kopi Ais tersebut tidak memenuhi prinsip keadilan (*Al-Adl*), karena pelanggan merasa keberatan atas harga produk tersebut.

Dalam kegiatan jual beli (*muamalah*) keuntungan pada sebuah *cafe shop* berfungsi sebagai indikator kinerja sebuah *cafe shop*, dan kegiatan jual beli ini harus memenuhi prinsip-prinsip keadilan sebagaimana sudah diatur dalam hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, mengambil keuntungan dari kegiatan jual beli tidak ada batasan, tetapi pelaksaan yang dilakukan harus dengan cara yang baik dan benar. Keuntungan merupakan tambahan dari harga yang didapatkan oleh penjual antara harga beli dan harga jual barang yang diperjualbelikan. Berdasarkan ilmu fikih tentang hal ini adalah: "*Bahwa pada dasarnya semua muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan*." [38]

Keuntungan dalam hukum ekonomi syariah diperbolehkan selama keuntungan tersebut tidak mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (*gharar*), ataupun keuntungan yang melebihi kadarnya. Maka dari itu, keuntungan yang didapatkan oleh para pemilik *cafe shop* Banda Aceh harus sesuai dengan biaya produksi yang sebenarnya. Dari hasil kuesioner, para pemilik *cafe shop* Banda Aceh mengambil keuntungan yang berbeda-beda, persentase keuntungan dimulai dari 10% hingga 50%. Persentase keuntungan yang diambil para pemilik *cafe shop* Banda Aceh sudah sesuai dengan prinsip keadilan dan tidak melanggar landasan syariah.

## D. PENUTUP

Dalam Islam mekanisme penetapan harga tidak ada aturan yang spesifik, segala bentuk konsep harga yang terjadi saat transaksi jual beli sedang berlangsung diperbolehkan dalam ajaran agama Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan harga yang telah ditetapkan tersebut terjadi atas dasar suka rela antara penjual dan pembeli. Sesuai dengan hadist yang diriwayatkan oleh Rasulullah SAW, bahwasanya: "*Sesungguhnya Rasulullah melarang jual beli yang mengandung penipuan (gharar)*" (H.R Muslim).

Penetapan harga sebuah produk pada *cafe shop* Banda Aceh belum semua merata dan adil, bahkan belum menerapkan konsep dari teori *Al-Tsaman Al-Mitsl*, ini dikarenakan setiap *cafe shop* Banda Aceh memiliki strategi masing-masing dalam menentukan sebuah harga pada produk. Setiap *cafe shop* Banda Aceh memberikan informasi terkait harga sebuah produk pada *cafe shop*, namun tidak semua pelanggan merasa bahwa harga yang telah ditetapkan oleh pemilik *cafe* sudah sesuai dengan harga pasar yang beredar. Untuk keuntungan yang diraih oleh pemilik *cafe shop* Banda Aceh sudah sesuai dengan landasan syariah, yang dimana keuntungan yang didapatkan tidak melebihi harga yang tidak wajar atau keuntungan yang berlebihan. Keuntungan tersebut sudah mencerminkan pada prinsip keadilan dan teori *Al-Tsaman Al-Mitsl*.

[38] Riyani Fitri Lubis, Robi Rendra Tribuana, Misnah Irvita."*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengambilan Keuntungan Dalam Jual Beli*" Jurnal Fakta Hukum. Volume 2, No.2 Maret 2024. https://ojsstihpertiba.ac.id/index.php/jfh/article/view/117/97.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

## E. SARAN

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemilik *cafe shop* di Banda Aceh untuk melakukan evaluasi terhadap mekanisme penetapan harga agar lebih sesuai dengan prinsip keadilan (*Al-Adl*) dalam teori *Al-Tsaman Al-Mitsl*. Oleh karena itu, disarankan agar pelaku usaha lebih memperhatikan perhitungan harga pokok produksi secara menyeluruh, tidak hanya terbatas pada bahan baku, tetapi juga mencakup biaya operasional, tenaga kerja, dan biaya lainnya agar harga yang ditetapkan lebih akurat dan adil. Selain itu, pemilik *cafe shop* juga perlu mempertimbangkan kondisi pasar dan daya beli konsumen secara lebih komprehensif agar harga yang ditawarkan tetap kompetitif dan dapat diterima oleh pelanggan.

**Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah**
**Volume 7 Nomor 3 April 2026**
**ISSN (Online): 2714-6917**
**Halaman 2794-2812**

## DAFTAR PUSTAKA

**Buku**

Dr. I Made Darsana, S.E., M.M,. Suci Rahmadani, dan Erni Salijah, S.E., M.M., C.F., C.FTax. "*Strategi Pemasaran*". Infes Media. Agustus 2023.

Mannan, M.A " *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*" Penerbit: PT. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa. Tahun 1997.

Mulyadi "*Akuntansi Biaya*" Universitas Gajah Mada. Penerbit: UPP STIM YKPN. Edisi: 5 Tahun 2016. https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205374/akuntansi-biaya

**Jurnal**

Ditawati, Yuswari Nur, dan Nurlaela. "*Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusaan Pembelian Pada Ayam Raciken Talasapang".* Malomo: Jurnal Manajemen dan Akutansi. Volume 2 No.1 Februari 2024. Hal: 111-121. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4605/2606.

Evi Kholishoh Ainuz Zulva. "*Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen Pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Harga Terhadap Volume Penjualan Produk HNI-HPAI di Agen Halal Mart.*" Jurnal: Akademik Ekonomi Dan Manajemen. Juni Volume 2, No. 2, 2025. Hal: 26–37.

Effendi, Syamsul. "*Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*" MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah Vol 1, No. 2 January 2021. Hal: 26–35. https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442.

Fany, Maryam, Sindi Setiawati, Shinta Puja Rinjani, and Lina Marlina. "*Konsep Harga Adil Menurut Ibnu Taimiyah Relevansi Dalam Ekonomi Moder*n". Jurnal: Mashlahah Vol 3, No.2 April 2025. Hal: 127-136.

Gregorius Widiyanto, Heri Satrino, Fx. Pudjo Wibowo. "*Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Snack).* Jurnal Eco-Buss Vol. 3, No. 3 April 2021. Hal: 120-122. https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/208/126.

Hilal Assegaf, Hafidz, Susianto Susianto Tseng, and Mamlukah STIKes Kuningan. "*Korelasi Antara Konsumsi Kopi Dengan Tekanan dan Gula Darah, IMT, Hb, Lama Tidur dan Screen Time Barista di Kabupaten Majalengka.*" *Journal of Public Health Innovation* Vol 1, No. 2 June 24, 2021. Hal: 160–70. https://doi.org/10.34305/jphi.v1i2.304.

Horngren, Charles T., Srikant M. Datar, and Madhav Rajan. "*Cost Accounting: A Managerial Emphasis, 14/E." ICB Research Reports,* no. 9 (2011). https://repositori.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/196648/slug/cost-accounting-a-managerial-emphasis-14-e-.html.

Kiki Septia Ihwan, Alifa Ilmi, Muhammad Agung Purnama, and Yuni Astuti Tri Tartiani. "*Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM U&Mie Menggunakan Metode Full Costing*." Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset Vol 2, No. 6, 2024. Hal: 254–65. https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i6.1363.

Lubis, Amyra Zhahra, Leni Lastrian Nahulae, Nur Marliana Anggraini, Rabiatun Adawiyah". "*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga*".

Jurnal Masharif al-Syarifah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Volume 9 No.1. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (2024): 2022–25.

Maudi, Hilma, Hazki Ziadatur Rizki, and Lina Marlina. "*Konsep Keadilan Harga Dalam Pemikiran Ibnu Taimiyyah Dan Relevansinya Terhadap Mekanisme Pasar Modern*" 7, no. 1 (2025): 20–26.

Muhammad Rohid, and Ahmad Fauzi. "*Analisis Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam Menurut Pemikiran Imam Al-Ghazali*." Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah Vol 2, No. 3, 2025. Hal: 313–29. https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i3.1358.

Mulyadi, Mohammad Noorman. "*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba*." Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol 10, No. 3, 2022. Hal: 511–18. https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539.

Pratiwi Sitorus, Anggi. "*Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*." Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol 1, No. 1, 2022. Hal: 44. https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

Putri, Resika Triani, and Syaiin. "I*mplementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Pembiayaan Mikro Syariah Studi Kasus Pada BMT Muamalah Syariah Tebuireng Jombang.*" Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU) Vol 2, No. 4, 2025. Hal: 595–607.

Sunarsa, Sasa, and Dede Abdul Karim. "*Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Ketidaksesuaian Harga Dalam Transaksi Jual Beli Buah-Buahan*." Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol 4, No. 2, 2025. Hal: 136–44. https://doi.org/10.37968/jhesy.v4i2.1656.

M. Umer Chapra. "The Future of Economics: An Islamic Perspective" Google Buku. *Accessed February* 21, 2026. https://books.google.co.id/books?id=0NGpDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Tjiptono, F. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.* Vol. 1, 2015.

Riyani Fitri Lubis, Robi Rendra Tribuana, Misnah Irvita."*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengambilan Keuntungan Dalam Jual Beli*" Jurnal Fakta Hukum. Volume 2, No. 2 Maret 2024. https://ojsstihpertiba.ac.id/index.php/jfh/article/view/117/97.

Yusuf, Myna Agustina, and Yunita Arafah. "*The Spatial Distribution Pattern of Coffee Shops in Kuta Alam District , Banda Aceh Pola Sebaran Spasial Warung Kopi Di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh*" Jurnal Geuthee: Penelitian Multidisiplin Vol 7, No. 3, 2024. Hal: 167–74. https://doi.org/10.52626/jg.v.

**Website**

"I*mproving a Coffee Shop's Profitability: 2025 Guide." Accessed February* 21, 2026. https://www.valueplanningreports.com/post/improving-a-coffee-shop-sprofitability-a-product-pricing casestudy?srsltid=AfmBOoqdg9o90PrLvQcFG9VdWuIKVoFQnW1Cra5GfDhBWa8HBsx8K1Ic.

"*Penerapan Strategi Subsidi Silang Dan Implementasinya Dalam Bisnis - Bank Mega Syariah." Accessed February* 20, 2026. https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/pembiayaan/penerapan-strategi-subsidi-silang.

**Peraturan Perundang-undangan**

Perdagangan Menteri dan Republik Indonesia. "*Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan,*" 2013, 2011–13.

Undang-Undang. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen." *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, No. 8 1999. Hal: 1–19. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999.