

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Aska Kertosari Kecamatan

Erix Firmansyah^{1*} Lisa Efrina^{2*} Juliana³
^{1,2,3} **Universitas Islam An Nur Lampung**
Email; erixfirmansyah017@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of product quality and price on consumer purchase intention from a sharia economic perspective at the Aska Store, located in Kertosari Village. In an era of increasingly fierce business competition, product quality and pricing are two important aspects influencing consumer purchasing decisions. This study used a quantitative approach, using a survey method, distributing questionnaires to Aska Store consumers as respondents. The collected data was then analyzed using multiple regression analysis to determine the extent to which product quality and price variables influence consumer purchase intention. The results show that product quality has a positive and significant influence on consumer purchase intention. Products that are high-quality, durable, and meet consumer needs have been shown to increase trust and encourage repeat purchases. Meanwhile, price also significantly influences purchase intention, with affordable prices, appropriate benefits, and a price that is not burdensome to consumers being important factors in purchasing decisions. These findings indicate that both variables play a significant role in determining consumer preferences. From a sharia economic perspective, both product quality and pricing at Aska Store align with Islamic transaction principles, such as honesty, transparency, fair pricing, and the prohibition of fraud (gharar). Aska Store maintains integrity by selling legal, halal, and beneficial products and does not set prices that oppress consumers. Furthermore, interactions between sellers and buyers are conducted openly and with mutual consent, reflecting sharia values in business transactions. Overall, this study confirms that product quality and pricing not only influence purchasing intention economically but also have a close relationship with the application of sharia economic principles in trading practices at Aska Store Kertosari.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen menurut perspektif ekonomi syariah pada Toko Aska yang berlokasi di Desa Kertosari. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas produk dan penetapan harga menjadi dua aspek penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Aska sebagai responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Produk yang berkualitas tinggi, tahan lama, dan memenuhi kebutuhan konsumen telah terbukti meningkatkan kepercayaan dan mendorong pembelian ulang. Sementara itu, harga juga secara signifikan mempengaruhi pembelian, dengan harga yang terjangkau, manfaat yang sesuai, dan harga yang tidak memberatkan konsumen menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memainkan peran signifikan dalam menentukan preferensi konsumen. Dari perspektif ekonomi syariah, baik kualitas produk dan penetapan harga di Toko Aska sejalan dengan prinsip-prinsip transaksi Islam, seperti kejujuran, transparansi, penetapan harga yang adil, dan larangan penipuan (gharar). Toko Aska menjaga integritas dengan menjual produk yang legal, halal, dan bermanfaat, serta tidak menetapkan harga yang menindas konsumen. Lebih lanjut, interaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara terbuka dan dengan persetujuan bersama, mencerminkan nilai-nilai syariah dalam transaksi bisnis. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan penetapan harga tidak hanya mempengaruhi niat pembelian secara ekonomi, tetapi juga memiliki hubungan yang erat dengan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam praktik perdagangan di Toko Aska Kertosari.

yang berkualitas, tahan lama, dan sesuai kebutuhan konsumen terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Sementara itu, variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli, di mana harga yang terjangkau, sesuai nilai manfaat, dan tidak memberatkan konsumen menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berperan besar dalam menentukan preferensi konsumen. Dari perspektif ekonomi syariah, kualitas produk dan harga di Aska Store selaras dengan prinsip-prinsip transaksi Islam, seperti kejujuran, transparansi, harga yang wajar, dan larangan penipuan (gharar). Aska Store menjaga integritas dengan menjual produk yang legal, halal, dan bermanfaat serta tidak menetapkan harga yang merugikan konsumen. Lebih lanjut, interaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara terbuka dan atas dasar suka sama suka, yang mencerminkan nilai-nilai syariah dalam transaksi bisnis. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan harga tidak hanya memengaruhi minat beli secara ekonomi, tetapi juga memiliki hubungan yang erat dengan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam praktik perdagangan di Aska Store Kertosari.

Keywords: Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Konsumen, Toko Aska, Kertosari, Perilaku Konsumen

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha pada era modern saat ini semakin menunjukkan dinamika yang kompleks, terutama pada sektor perdagangan ritel yang menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat. Meningkatnya banyaknya pelaku usaha, baik usaha mikro, kecil, maupun menengah (UMKM), mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan perhatian dan minat beli konsumen. (Putri Salsabila Indrawan Lubis and Rofila Salsabila 2024) Para pelaku usaha dituntut untuk mampu menghadirkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki harga yang kompetitif agar tetap mampu bertahan dan bersaing di tengah perubahan preferensi masyarakat. Dalam konteks ini, kualitas produk dan harga menjadi dua faktor utama yang sangat menentukan keberhasilan penjualan di berbagai toko atau pusat perdagangan, termasuk Toko Aska yang berlokasi di Kertosari,

Kualitas produk merupakan salah satu indikator utama yang mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen modern semakin memilih dalam

menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Mereka tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek seperti ketahanan produk, keaslian, keamanan, tampilan, (Lubis, Rahmani, and Putri 2023) dan kesesuaian fungsi. Dalam perspektif ekonomi syariah, kualitas produk menjadi aspek yang sangat ditekankan karena berkaitan dengan prinsip halalan thayyiban, yaitu produk harus halal dan memberikan manfaat, tidak berbahaya, serta memenuhi standar mutu yang layak. Produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga mencerminkan amanah dan keutuhan pelaku usaha dalam menjaga kepercayaan konsumen sesuai ajaran Islam. Oleh karena itu, kualitas produk yang ditawarkan Toko Aska menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat sekitar.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi elemen penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Harga merupakan nilai tukar yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penentuan harga yang tepat akan memberikan dampak langsung terhadap keputusan pembelian. Jika harga dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas, maka minat beli konsumen akan menurun. (Putri Salsabila Indrawan Lubis and Rofila Salsabila 2024) Sebaliknya, harga yang terlalu rendah justru dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitas produk. Dalam ekonomi syariah, penetapan harga harus memperhatikan prinsip keadilan (al-‘adl) dan tidak mengandung unsur penipuan (tadlis), kondisi (gharar), ataupun eksploitasi yang dapat merugikan salah satu pihak. Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara harga dan nilai manfaat produk sehingga transaksi dapat berlangsung dengan ridho serta memberikan kemaslahatan bagi masyarakat. (Lubis et al. 2023)

Minat beli konsumen sendiri merupakan kecenderungan seseorang untuk mengambil tindakan pembelian terhadap suatu produk berdasarkan pertimbangan, rasa percaya, dan pengalaman. (Candra 2022) Minat beli tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk dan harga. Semakin baik kualitas produk dan semakin adil harga yang ditawarkan, maka semakin besar peluang konsumen untuk melakukan pembelian. Pada Toko Aska, pemahaman mengenai faktor-faktor ini sangat penting untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Keberhasilan sebuah toko dalam

menarik minat konsumen tidak hanya dilihat dari banyaknya produk yang terjual, tetapi juga dari kemampuan toko dalam membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan konsumennya.(Maulidya and Fahrullah 2021)

Dari sudut pandang ekonomi syariah, kegiatan jual beli harus mengedepankan nilai-nilai etika, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Setiap transaksi yang dilakukan tidak merugikan salah satu pihak. Kualitas produk yang baik, harga yang adil, serta pelayanan yang jujur merupakan implementasi dari prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi.(Aliyah 2022) Toko Aska sebagai salah satu pelaku usaha di Kertosari tentunya memiliki tanggung jawab moral untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut sehingga usahanya dapat berkembang dengan baik serta memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. Kajian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen tidak hanya penting bagi pelaku usaha, tetapi juga menjadi kontribusi akademisi dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya di bidang pemasaran Islami.

Melihat fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen menurut perspektif ekonomi syariah dengan studi kasus di Toko Aska Kertosari Kecamatan Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai pentingnya kualitas dan harga dalam meningkatkan minat beli, serta memberikan masukan praktis bagi pelaku usaha agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam ekonomi syariah sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.(Adelia, Aguriandi, and Suhar 2024)

Landasan Teori

Kualitas produk merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran yang berhubungan langsung dengan kepuasan dan minat beli konsumen. Menurut Kotler, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi yang mencakup daya tahan, kebisingan, kelembutan, kemudahan penggunaan, dan atribut lain yang memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk juga berkaitan dengan bagaimana produk tersebut mampu memberikan

nilai lebih dibandingkan produk sejenis. Produk yang berkualitas akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena memberikan manfaat yang sesuai dengan harapan mereka.(Agama et al. 2025)

Dalam perspektif ekonomi syariah, kualitas produk sangat ditekankan karena berkaitan dengan prinsip halalan thayyiban, yang berarti produk harus halal, baik, aman, dan bermanfaat bagi penggunanya. Islam mewajibkan pelaku usaha untuk menjaga amanah dan tidak mengurangi kualitas produk secara sengaja demi mendapatkan keuntungan berlebih.(Salman Al Farisi 2022) Hal ini sejalan dengan prinsip ihsan dan amanah yang mengajarkan agar setiap penjual memberikan barang yang baik dan tidak merugikan pembeli. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu minat beli yang sangat relevan dalam penelitian ini, terutama dalam konteks usaha ritel seperti Toko Aska di Kertosari.

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Secara teori, harga merupakan salah satu elemen utama dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang mampu memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi bahwa produk tersebut tidak berkualitas.

Dalam ekonomi syariah, penetapan harga harus didasarkan pada prinsip keadilan (al-‘adl) dan tidak boleh mengandung unsur penipuan (tadlis) maupun ketidakjelasan (gharar). Islam memperbolehkan penjual mengambil keuntungan, tetapi melarang praktik eksploitasi, manipulasi harga, dan monopoli yang merugikan konsumen. Harga harus ditentukan secara transparan, jujur, dan seimbang dengan kualitas produk yang diberikan. Prinsip masalah juga menjadi dasar dalam penentuan harga agar transaksi memberikan manfaat dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.(Dari, Majid, and Kurniawan 2023)

Minat beli merupakan keinginan seseorang untuk membeli suatu produk setelah melalui proses evaluasi, informasi, pengalaman, dan persepsi terhadap produk tersebut. Menurut para ahli pemasaran, minat membeli dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga, promosi, dan citra merek. Minat

beli dapat muncul ketika konsumen merasa yakin bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.(Ayu, Satria, and Salim 2023)

Dalam perspektif ekonomi syariah, minat membeli juga dipengaruhi oleh keyakinan konsumen terhadap kehalalan produk, kejujuran penjual, serta transaksi yang dilakukan tanpa unsur riba, gharar, maupun penipuan. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang tidak hanya berkualitas dan terjangkau, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, pemahaman terhadap minat beli dalam konteks syariah mencakup aspek psikologis, etika, dan spiritual.(Wulandari 2022)

Secara teoritis, baik kualitas produk maupun harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Kualitas produk yang baik memberikan rasa percaya dan kepuasan sehingga meningkatkan keinginan untuk membeli. Sementara itu, harga yang sesuai dan adil mendorong konsumen untuk melakukan pembelian karena merasa mendapatkan nilai yang layak. Dalam perspektif ekonomi syariah, kedua faktor ini harus berjalan seimbang dan dilandasi dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan agar transaksi yang dilakukan memberikan manfaat bagi penjual maupun pembeli.(Nesti et al. 2018)

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen menurut perspektif ekonomi syariah di Toko Aska Kertosari Kecamatan Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan variabel secara terukur dan menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Aska yang menjadi responden penelitian. Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, buku, serta dokumen terkait yang mendukung teori kualitas produk, harga, minat beli, dan ekonomi syariah.(Sugiyono 2019)

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Toko Aska Kertosari. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Accidental Sampling, yaitu responden yang kebetulan datang dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh hasil yang representatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbentuk skala Likert dengan pilihan jawaban dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Pertanyaan kuesioner mencakup indikator kualitas produk, harga yang adil, serta minat beli menurut prinsip ekonomi syariah.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Toko Aska Kertosari dalam perspektif ekonomi syariah. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang berbelanja di Toko Aska. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu kualitas produk dan harga, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Responden penelitian merupakan konsumen yang datang dan melakukan pembelian di Toko Aska. Mayoritas responden berada pada rentang usia 20–45 tahun, dengan tingkat pendidikan beragam, mulai dari SMA hingga perguruan tinggi.

Hal ini mencerminkan bahwa konsumen Toko Aska terdiri dari masyarakat dengan latar belakang yang cukup memahami kualitas produk dan perbandingan harga. Sebagian besar responden juga merupakan pelanggan tetap, sehingga penilaian mereka relevan dalam melihat pengaruh kualitas dan harga. Berdasarkan hasil kuesioner, indikator kualitas produk yang meliputi keaslian barang, daya tahan, kesesuaian fungsi, tampilan, dan kelayakan penggunaan mendapatkan nilai rata-rata tinggi. Konsumen menilai bahwa produk yang dijual Toko Aska cukup berkualitas dan sesuai dengan harapan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Aska berhasil menjaga kualitas produk sehingga mampu memberikan rasa percaya dan kenyamanan bagi konsumen.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kualitas produk memiliki keterkaitan dengan prinsip halalan thayyiban, yaitu produk harus halal, baik, bermanfaat, dan

tidak membahayakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa produk yang tersedia di Toko Aska aman digunakan, tidak rusak, dan sesuai dengan deskripsi. Ini berarti Toko Aska telah memenuhi prinsip kejujuran dan amanah dalam usaha, sehingga mampu mendorong peningkatan minat beli. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa kualitas yang baik mampu menciptakan kepuasan dan rasa percaya konsumen.

Indikator harga yang diteliti meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, keadilan harga, serta kemudahan pembeli dalam membandingkan harga dengan toko lain. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa harga produk di Toko Aska masih tergolong wajar dan kompetitif. Konsumen menilai bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, sehingga tidak menimbulkan persepsi merugikan. Dalam perspektif ekonomi syariah, penetapan harga harus berdasarkan prinsip keadilan (al-‘adl) dan tidak boleh mengandung unsur penipuan atau eksploitasi. Penelitian ini menemukan bahwa konsumen merasa harga yang diberikan Toko Aska transparan, tidak dilebihkan secara tidak wajar, serta tidak mengandung unsur penipuan. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Aska telah menerapkan prinsip syariah secara baik dalam aktivitas penjualan beli. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin adil dan terjangkau harga yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli. Hasil ini juga konsisten dengan teori ekonomi Islam yang menekankan pentingnya keseimbangan antara harga, kualitas, dan manfaat.

Minat beli konsumen dianalisis melalui beberapa indikator, seperti keinginan untuk membeli, ketertarikan terhadap produk, kecenderungan memilih Toko Aska dibandingkan toko lain, dan niat untuk membeli kembali di masa mendatang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki minat beli yang cukup tinggi terhadap produk di Toko Aska. Banyak konsumen yang menyatakan tertarik untuk melakukan pembelian ulang karena merasa puas

dengan kualitas dan harga yang ditawarkan. Secara statistik, variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebagian besar variasi minat beli dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga.

Dengan kata lain, kedua variabel ini memiliki peran penting dalam menentukan minat beli. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Toko Aska telah menjalankan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan penjualan belinya. Kualitas produk yang baik mencerminkan nilai amanah, sementara harga yang wajar menunjukkan penerapan prinsip keadilan dan maslahah. Islam menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus membawa manfaat dan tidak merugikan pihak lain. Toko Aska berhasil menerapkan nilai-nilai tersebut, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Penelitian ini memperkuat konsep bahwa konsumen muslim tidak hanya mempertimbangkan kualitas dan harga, tetapi juga kejujuran dan etika usaha. Perpaduan antara kualitas yang baik, harga yang adil, dan prinsip syariah menjadi dasar penting dalam membangun loyalitas konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah di Toko Aska Kertosari, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel, yaitu kualitas produk dan harga, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk terbukti menjadi faktor penting yang meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Produk yang dinilai asli, tahan lama, dan sesuai dengan kebutuhan membuat konsumen merasa aman dan nyaman sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pentingnya halalan thayyiban serta amanah dalam menyediakan barang yang baik.

Selain itu, harga yang diterapkan Toko Aska dinilai cukup terjangkau, adil, dan sesuai dengan kualitas produk. Penetapan harga yang transparan dan tidak mengandung unsur penipuan menunjukkan bahwa toko telah menerapkan nilai keadilan (al-‘adl) sesuai ajaran Islam. Konsumen merasa harga yang

diberikan wajar dan kompetitif, sehingga meningkatkan minat mereka untuk membeli dan kembali berbelanja. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan nilai syariah mampu membentuk minat beli yang kuat pada konsumen. Dengan demikian, Toko Aska dapat mempertahankan dan meningkatkan strategi ini untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan

Ucapan terima kasih

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan Petani Menurut Perspektif Ekonomi Islam” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini bantuan tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak.

Dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam An-Nur Lampung, yang telah memberikan izin, fasilitas, dan kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan penelitian ini dalam lingkungan akademik yang ramah lingkungan dan berkualitas.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam An-Nur Lampung, yang memberikan arahan serta dukungan akademik selama proses penyusunan penelitian ini.
3. Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, masukan, dan koreksi demi kesempurnaan penelitian ini. Segala ilmu, arahan, dan motivasi yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis.
4. Seluruh Dosen di Lingkungan Universitas Islam An-Nur Lampung, khususnya pada program studi yang penulis jarak jauh, atas ilmu dan pelajaran yang telah diberikan selama masa studi, sehingga penulis memiliki dasar teoritis dan metodologis yang kuat dalam menyelesaikan penelitian ini.

5. Pihak-pihak yang terkait di lapangan, terutama para petani yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden, memberikan data, serta berbagi pengalaman dan informasi penting mengenai biaya produksi dan harga jual di wilayah pertanian. Kontribusi mereka sangat membantu dalam memperoleh gambaran empiris yang akurat.
6. Teman-teman mahasiswa Universitas Islam An-Nur Lampung, yang telah memberikan dukungan moral, semangat, dan bantuan dalam berbagai tahap penelitian.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan dengan penuh ketulusan. Semoga segala kebaikan, bantuan, dan doa yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya terkait kesejahteraan petani dan peningkatan sistem produksi serta pemasaran yang lebih adil dan berkelanjutan.

Referensi

- Adelia, Finda Novita, Aguriandi, and Suhar. 2024. “PERANAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TOKO KELONTONG DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM Di Kelurahan Sungai Bengkal Kecamatan Tebo Ilir).” *Journal of Student Research* 2(1):142–51.
- Agama, Institut, Islam Iai, Tulang Bawang, Peran Usaha, Mikro Kecil, D. A. N. Menengah, and Umkm Dalam. 2025. “JSH : Jurnal Syariah Dan Hukum.” 1:1–10.
- Aliyah, Atsna Himmatul. 2022. “Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3(1):64–72. doi:10.37058/wlfr.v3i1.4719.
- Ayu, Putri Anggun Sari, Chandra Satria, and Amir Salim. 2023. “Pengaruh Harga Jual Dan Etos Kerja Islam Terhadap Kesejahteraan Petani Cabai Rawit (Studi Kasus Di Desa Sugiwaras Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*

3(2):153–68. doi:10.36908/jimesha.v3i2.251.

- Candra, Eki. 2022. “Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ar-Ribhu* 5(2):1–11. doi:10.46781/ar-ribhu.v5i2.664.
- Dari, Dewi Wulan, H. M. Nazori Majid, and Bambang Kurniawan. 2023. “Pengaruh Harga Dan Produktivitas Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit Di Desa Ujung Tanjung Kecamatan Bahar Selatan.” *Jurnal EKSya* 4(2):323–33. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/view/1396%0Ahttps://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/download/1396/1055>.
- Lubis, Fauzi Arif, Nur Ahmadi Bi Rahmani, and Intan Kartika Putri. 2023. “Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Program Mekaar Oleh PT. PNM Kota Medan Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(1):949–62. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8348>.
- Maulidya, Chaterin, and A’rasy Fahrullah. 2021. “Analisis Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Mustahik (Studi Zakat Center Lazismu Gresik).” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4(2):168–78. doi:10.26740/jekobi.v4n2.p168-178.
- Nesti, Lisa, Firwan Tan, Endrizal Ridwan, and Rika Ampuh Hadiguna. 2018. “Analisis Kebijakan Pemerintah Terhadap Harga Realisasi Penjualan Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Di Tingkat Petani Swadaya Di Provinsi Sumatera Barat Government Policy Analysis of Sales Realization At the Independet Farmer Price of Ffb in West Sumate.” *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 28(3):354–62. doi:10.24961/j.tek.ind.pert.2018.28.3.342.
- Putri Salsabila Indrawan Lubis, and Rofila Salsabila. 2024. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia.” *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2(2):91–110. doi:10.59246/muqaddimah.v2i2.716.
- Salman Al Farisi. 2022. “Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9(1):73–84.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2nd Ed)*.

Wulandari, Pipit. 2022. “PENGARUH HARGA JUAL, BIAYA PRODUKSI, DAN ETOS KERJA ISLAM TERHADAP PENDAPATAN PETANI KENTANG DENGAN PRODUKTIVITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Petani Kentang KT Agri Mandiri Kecamatan Getasan).” *Al-Amwal* 11(2):11–23. doi:10.36341/al-amwal.v11i2.221.