



Sistem Penentuan Harga jual Terhadap Daya beli Masyarakat: Suatu Tinjauan Literatur

The Pricing Determination System in Relation to the Purchasing Power of Society: A Literature Review

Lusi Siti Patimah^{1*}, Hani Waluya², Neng Parida³, Jhulita Siti Parwati⁴, Mira Sartika⁵

Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi, STIE Pasim Sukabumi

Email : lusisitip19@gmail.com¹, haniwaluya2004@gmail.com², farida0608@gmail.com³,

jhulitasitiparwati@gmail.com⁴, mirasartika1003@gmail.com⁵

Article Info

Article history :

Received : 28-02-2026

Revised : 02-03-2026

Accepted : 04-03-2026

Pulished : 06-03-2026

Abstract

This study aims to analyze the system of determining selling prices in accordance with the purchasing power of the community in business units within Pondok Pesantren El Azzam. The main issue faced is that pricing practices have not been fully based on comprehensive production cost calculations and market condition analysis. This research employs a descriptive qualitative approach using a literature review method that examines previous studies related to pricing strategies, purchasing power, value-based pricing, and Islamic economic perspectives. The analysis indicates that an effective pricing system must integrate accurate production cost calculations, reasonable profit margin determination, analysis of the surrounding community's purchasing power, and the principles of justice in Islamic economics. This study is expected to provide a conceptual foundation for developing a rational, competitive, and sustainable pricing system for business units at Pondok Pesantren El Azzam.

Keyword: Selling Price Determination; Community Purchasing Power; Islamic Boarding School MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem penentuan harga jual yang sesuai dengan daya beli masyarakat pada unit usaha di lingkungan Pondok Pesantren El Azzam. Permasalahan yang dihadapi adalah penetapan harga yang belum sepenuhnya didasarkan pada perhitungan biaya produksi secara menyeluruh dan analisis kondisi pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode tinjauan literatur (literature review) yang mengkaji berbagai penelitian terdahulu terkait penentuan harga, daya beli masyarakat, strategi harga berbasis nilai, serta perspektif ekonomi syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem penentuan harga yang efektif harus mengintegrasikan perhitungan biaya produksi, penentuan margin keuntungan yang wajar, analisis daya beli masyarakat sekitar pesantren, serta prinsip keadilan dalam ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar konseptual dalam pengembangan sistem harga yang rasional, kompetitif, dan berkelanjutan bagi usaha di Pondok Pesantren El Azzam.

Kata Kunci : Penentuan Harga Jual; Daya Beli Masyarakat; UMKM Pesantren

PENDAHULUAN

Harga merupakan salah satu instrumen paling strategis dalam kegiatan ekonomi karena berfungsi sebagai mekanisme koordinasi antara produsen dan konsumen. Dalam teori ekonomi mikro, harga berperan sebagai penyeimbang antara penawaran dan permintaan, serta menjadi indikator nilai suatu barang atau jasa di pasar. Bagi pelaku usaha, harga tidak hanya menentukan



tingkat pendapatan dan laba, tetapi juga mencerminkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Pada skala usaha kecil dan menengah (UMKM), termasuk usaha berbasis pesantren, permasalahan penentuan harga sering kali menjadi tantangan utama. Banyak pelaku usaha menetapkan harga secara sederhana, misalnya dengan menambahkan margin tertentu dari perkiraan biaya tanpa melakukan pencatatan biaya produksi secara rinci dan sistematis. Kondisi ini dapat menimbulkan dua risiko utama, yaitu harga terlalu rendah sehingga mengurangi keuntungan dan menghambat perkembangan usaha, atau harga terlalu tinggi sehingga menurunkan minat beli konsumen.

Pondok Pesantren El Azzam sebagai lembaga pendidikan berbasis keagamaan juga memiliki unit-unit usaha yang berfungsi mendukung kemandirian ekonomi pesantren serta meningkatkan kesejahteraan santri dan masyarakat sekitar. Unit usaha tersebut beroperasi dalam lingkungan sosial yang memiliki karakteristik tersendiri, baik dari segi tingkat pendapatan, pola konsumsi, maupun nilai-nilai religius yang dianut masyarakat. Oleh karena itu, sistem penentuan harga pada usaha di lingkungan pesantren tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan finansial, tetapi juga aspek sosial dan etika.

Daya beli masyarakat sekitar pesantren menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk. Daya beli dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, stabilitas ekonomi, inflasi, serta kebutuhan prioritas rumah tangga. Apabila harga yang ditetapkan tidak selaras dengan kemampuan ekonomi konsumen, maka produk akan sulit terserap pasar meskipun memiliki kualitas yang baik. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah tanpa perhitungan biaya yang tepat dapat mengancam keberlangsungan usaha.

Selain pendekatan ekonomi konvensional yang menekankan analisis biaya dan pasar, usaha berbasis pesantren juga relevan untuk dikaji melalui perspektif ekonomi syariah. Dalam ekonomi Islam, penetapan harga harus didasarkan pada prinsip keadilan (*al-'adl*), transparansi (*al-bayan*), dan tidak merugikan salah satu pihak. Harga tidak boleh mengandung unsur eksploitasi, penipuan, maupun ketidakjelasan informasi. Prinsip ini menuntut adanya keseimbangan antara kepentingan produsen dalam memperoleh keuntungan dan kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa sistem penentuan harga jual pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Penetapan harga tidak dapat hanya didasarkan pada perkiraan atau kebiasaan, tetapi harus mempertimbangkan perhitungan biaya produksi secara menyeluruh, margin keuntungan yang wajar, analisis daya beli masyarakat, serta prinsip-prinsip etika ekonomi syariah.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada satu tujuan utama, yaitu menganalisis sistem penentuan harga jual yang sesuai dengan daya beli masyarakat pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam melalui pendekatan tinjauan literatur. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan sistem harga yang rasional, kompetitif, adil, dan berkelanjutan dalam lingkungan pesantren.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode tinjauan literatur.

1. Sumber Data

Data sekunder berasal dari:

- a. Artikel jurnal nasional terakreditasi
- b. Buku referensi ekonomi dan manajemen
- c. Publikasi ilmiah ekonomi syariah

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Penelusuran jurnal melalui Google Scholar
- b. Seleksi literatur 10 tahun terakhir
- c. Identifikasi penelitian relevan dengan variabel harga dan daya beli

3. Teknik Analisis Data

- a. Reduksi data berdasarkan tema
- b. Penyajian sistematis hasil penelitian terdahulu
- c. Sintesis konseptual untuk diterapkan pada konteks Pondok Pesantren El Azzam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil sintesis literatur yang telah dianalisis, sistem penentuan harga jual yang sesuai dengan daya beli masyarakat pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam perlu mengintegrasikan pendekatan biaya, pasar, nilai, dan etika. Keempat aspek ini tidak dapat dipisahkan karena saling memengaruhi dalam membentuk struktur harga yang rasional dan berkelanjutan.

1. Analisis Penentuan Harga Berbasis Biaya pada Unit Usaha Pesantren

Hasil kajian menunjukkan bahwa perhitungan biaya produksi secara menyeluruh merupakan fondasi utama dalam sistem penentuan harga. Biaya produksi meliputi:

- a. Biaya tetap (fixed cost), seperti sewa tempat, penyusutan peralatan, dan gaji tetap.
- b. Biaya variabel (variable cost), seperti bahan baku, tenaga kerja harian, dan biaya distribusi.

Dalam konteks unit usaha Pondok Pesantren El Azzam, pencatatan biaya yang belum sistematis berpotensi menyebabkan distorsi harga. Apabila biaya tidak dihitung secara rinci, maka harga yang ditetapkan hanya berdasarkan perkiraan, sehingga margin keuntungan menjadi tidak terukur.

Berdasarkan sintesis literatur, pendekatan cost-based pricing dapat menjadi langkah awal yang relevan. Namun, pendekatan ini tidak boleh berhenti pada penjumlahan biaya dan margin semata. Margin keuntungan harus ditentukan secara realistis dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha dan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar pesantren.



Dengan perhitungan biaya yang akurat, unit usaha dapat:

- a. Mengetahui titik impas (break-even point).
- b. Mengontrol efisiensi biaya produksi.
- c. Menghindari praktik penetapan harga yang merugikan usaha.

Hal ini penting agar usaha pesantren tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan.

2. Daya Beli Masyarakat sebagai Faktor Penentu Permintaan

Kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat hubungan terbalik antara harga dan jumlah permintaan. Semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan, terutama pada kelompok masyarakat dengan pendapatan terbatas.

Dalam konteks Pondok Pesantren El Azzam, karakteristik konsumen dapat dibagi menjadi:

- a. Santri
- b. Wali santri
- c. Masyarakat sekitar pesantren

Kelompok konsumen ini umumnya memiliki tingkat pendapatan yang beragam, sehingga elastisitas permintaan terhadap harga perlu diperhatikan. Jika produk yang dijual termasuk kebutuhan pokok atau barang konsumsi harian, maka sensitivitas terhadap perubahan harga akan relatif tinggi.

Oleh karena itu, sistem harga perlu mempertimbangkan:

- a. Rata-rata tingkat pendapatan masyarakat sekitar.
- b. Pola konsumsi dan prioritas kebutuhan.
- c. Tingkat persaingan usaha di lingkungan sekitar pesantren.

Apabila harga terlalu tinggi dibandingkan harga pasar, konsumen cenderung beralih ke produk pesaing. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat menciptakan persepsi kualitas yang kurang baik atau mengurangi kemampuan usaha dalam menutup biaya operasional. Dengan demikian, daya beli masyarakat harus menjadi variabel utama dalam evaluasi harga secara berkala.

3. Strategi Harga Berbasis Nilai (Value-Based Pricing)

Selain pendekatan biaya, hasil kajian menunjukkan bahwa strategi harga berbasis nilai (value-based pricing) memiliki peran penting dalam mempertahankan permintaan. Strategi ini menitikberatkan pada persepsi manfaat yang dirasakan konsumen.

Dalam konteks Pondok Pesantren El Azzam, nilai produk tidak hanya diukur dari aspek fisik atau kualitas semata, tetapi juga dari:

- a. Kepercayaan terhadap lembaga pesantren
- b. Nilai religius dan keberkahan usaha
- c. Kedekatan emosional dengan komunitas pesantren

Nilai-nilai tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen meskipun harga sedikit lebih tinggi dibandingkan pesaing, selama konsumen merasa mendapatkan manfaat yang sepadan.



Penerapan strategi ini memerlukan:

- a. Peningkatan kualitas produk dan pelayanan.
- b. Transparansi dalam proses produksi.
- c. Komunikasi yang baik kepada konsumen mengenai keunggulan produk.

Dengan menggabungkan pendekatan biaya dan nilai, harga yang terbentuk akan lebih fleksibel dan adaptif terhadap kondisi pasar.

4. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Sistem Penentuan Harga

Sebagai lembaga berbasis keagamaan, Pondok Pesantren El Azzam memiliki tanggung jawab moral dalam menerapkan prinsip ekonomi syariah. Dalam perspektif ini, harga harus mencerminkan:

- a. Keadilan (tidak merugikan salah satu pihak).
- b. Transparansi (tidak ada unsur penipuan atau ketidakjelasan).
- c. Keseimbangan antara keuntungan dan kemaslahatan sosial.

Harga yang terlalu tinggi dan bersifat eksploitatif bertentangan dengan prinsip keadilan. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah hingga merugikan usaha juga tidak mencerminkan keseimbangan ekonomi yang sehat. Dengan menerapkan prinsip syariah, sistem penentuan harga pada unit usaha pesantren tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial (social value). Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat citra positif usaha pesantren di mata masyarakat.

5. Sintesis Model Sistem Penentuan Harga di Pondok Pesantren El Azzam

Berdasarkan seluruh pembahasan, dapat disusun sintesis konseptual bahwa sistem penentuan harga jual di Pondok Pesantren El Azzam harus mengintegrasikan empat pilar utama:

- a. Pilar Biaya
Perhitungan biaya produksi secara akurat dan sistematis.
- b. Pilar Pasar
Analisis daya beli dan elastisitas permintaan masyarakat sekitar.
- c. Pilar Nilai
Penyesuaian harga berdasarkan persepsi manfaat dan kualitas produk.
- d. Pilar Etika
Penerapan prinsip keadilan dan transparansi sesuai ekonomi syariah.

Keempat pilar ini membentuk sistem harga yang:

- a. Rasional secara ekonomi
- b. Kompetitif secara pasar
- c. Terjangkau bagi masyarakat
- d. Etis secara syariah
- e. Berkelanjutan dalam jangka panjang

6. Implikasi Praktis bagi Unit Usaha Pesantren

Dari hasil pembahasan dapat diidentifikasi beberapa implikasi praktis:



- a. Diperlukan sistem pencatatan biaya yang lebih terstruktur.
- b. Perlu dilakukan survei sederhana mengenai kemampuan beli masyarakat sekitar.
- c. Evaluasi harga sebaiknya dilakukan secara berkala mengikuti perubahan kondisi ekonomi.
- d. Pengelola usaha perlu diberikan pelatihan manajemen biaya dan strategi harga.

Implementasi langkah-langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha pesantren serta memperkuat kontribusinya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil sintesis literatur yang telah dianalisis, sistem penentuan harga jual yang sesuai dengan daya beli masyarakat pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam perlu mengintegrasikan pendekatan biaya, pasar, nilai, dan etika. Keempat aspek ini tidak dapat dipisahkan karena saling memengaruhi dalam membentuk struktur harga yang rasional dan berkelanjutan.

1. Analisis Penentuan Harga Berbasis Biaya pada Unit Usaha Pesantren

Hasil kajian menunjukkan bahwa perhitungan biaya produksi secara menyeluruh merupakan fondasi utama dalam sistem penentuan harga. Biaya produksi meliputi:

- a. Biaya tetap (fixed cost), seperti sewa tempat, penyusutan peralatan, dan gaji tetap.
- b. Biaya variabel (variable cost), seperti bahan baku, tenaga kerja harian, dan biaya distribusi.

Dalam konteks unit usaha Pondok Pesantren El Azzam, pencatatan biaya yang belum sistematis berpotensi menyebabkan distorsi harga. Apabila biaya tidak dihitung secara rinci, maka harga yang ditetapkan hanya berdasarkan perkiraan, sehingga margin keuntungan menjadi tidak terukur.

Berdasarkan sintesis literatur, pendekatan cost-based pricing dapat menjadi langkah awal yang relevan. Namun, pendekatan ini tidak boleh berhenti pada penjumlahan biaya dan margin semata. Margin keuntungan harus ditentukan secara realistis dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha dan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar pesantren.

Dengan perhitungan biaya yang akurat, unit usaha dapat:

- a. Mengetahui titik impas (break-even point).
- b. Mengontrol efisiensi biaya produksi.
- c. Menghindari praktik penetapan harga yang merugikan usaha.

Hal ini penting agar usaha pesantren tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan.

2. Daya Beli Masyarakat sebagai Faktor Penentu Permintaan

Kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat hubungan terbalik antara harga dan jumlah permintaan. Semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan, terutama pada kelompok masyarakat dengan pendapatan terbatas.



Dalam konteks Pondok Pesantren El Azzam, karakteristik konsumen dapat dibagi menjadi:

- a. Santri
- b. Wali santri
- c. Masyarakat sekitar pesantren

Kelompok konsumen ini umumnya memiliki tingkat pendapatan yang beragam, sehingga elastisitas permintaan terhadap harga perlu diperhatikan. Jika produk yang dijual termasuk kebutuhan pokok atau barang konsumsi harian, maka sensitivitas terhadap perubahan harga akan relatif tinggi.

Oleh karena itu, sistem harga perlu mempertimbangkan:

- a. Rata-rata tingkat pendapatan masyarakat sekitar.
- b. Pola konsumsi dan prioritas kebutuhan.
- c. Tingkat persaingan usaha di lingkungan sekitar pesantren.

Apabila harga terlalu tinggi dibandingkan harga pasar, konsumen cenderung beralih ke produk pesaing. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat menciptakan persepsi kualitas yang kurang baik atau mengurangi kemampuan usaha dalam menutup biaya operasional. Dengan demikian, daya beli masyarakat harus menjadi variabel utama dalam evaluasi harga secara berkala.

3. Strategi Harga Berbasis Nilai (Value-Based Pricing)

Selain pendekatan biaya, hasil kajian menunjukkan bahwa strategi harga berbasis nilai (value-based pricing) memiliki peran penting dalam mempertahankan permintaan. Strategi ini menitikberatkan pada persepsi manfaat yang dirasakan konsumen.

Dalam konteks Pondok Pesantren El Azzam, nilai produk tidak hanya diukur dari aspek fisik atau kualitas semata, tetapi juga dari:

- a. Kepercayaan terhadap lembaga pesantren
- b. Nilai religius dan keberkahan usaha
- c. Kedekatan emosional dengan komunitas pesantren

Nilai-nilai tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen meskipun harga sedikit lebih tinggi dibandingkan pesaing, selama konsumen merasa mendapatkan manfaat yang sepadan.

Penerapan strategi ini memerlukan:

- a. Peningkatan kualitas produk dan pelayanan.
- b. Transparansi dalam proses produksi.
- c. Komunikasi yang baik kepada konsumen mengenai keunggulan produk.

Dengan menggabungkan pendekatan biaya dan nilai, harga yang terbentuk akan lebih fleksibel dan adaptif terhadap kondisi pasar.

4. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Sistem Penentuan Harga

Sebagai lembaga berbasis keagamaan, Pondok Pesantren El Azzam memiliki tanggung jawab moral dalam menerapkan prinsip ekonomi syariah. Dalam perspektif ini, harga harus mencerminkan:



- a. Keadilan (tidak merugikan salah satu pihak).
- b. Transparansi (tidak ada unsur penipuan atau ketidakjelasan).
- c. Keseimbangan antara keuntungan dan kemaslahatan sosial.

Harga yang terlalu tinggi dan bersifat eksploitatif bertentangan dengan prinsip keadilan. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah hingga merugikan usaha juga tidak mencerminkan keseimbangan ekonomi yang sehat. Dengan menerapkan prinsip syariah, sistem penentuan harga pada unit usaha pesantren tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial (social value). Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat citra positif usaha pesantren di mata masyarakat.

5. Sintesis Model Sistem Penentuan Harga di Pondok Pesantren El Azzam

Berdasarkan seluruh pembahasan, dapat disusun sintesis konseptual bahwa sistem penentuan harga jual di Pondok Pesantren El Azzam harus mengintegrasikan empat pilar utama:

- a. Pilar Biaya
Perhitungan biaya produksi secara akurat dan sistematis.
- b. Pilar Pasar
Analisis daya beli dan elastisitas permintaan masyarakat sekitar.
- c. Pilar Nilai
Penyesuaian harga berdasarkan persepsi manfaat dan kualitas produk.
- d. Pilar Etika
Penerapan prinsip keadilan dan transparansi sesuai ekonomi syariah.

Keempat pilar ini membentuk sistem harga yang:

- a. Rasional secara ekonomi
- b. Kompetitif secara pasar
- c. Terjangkau bagi masyarakat
- d. Etis secara syariah
- e. Berkelanjutan dalam jangka panjang

6. Implikasi Praktis bagi Unit Usaha Pesantren

Dari hasil pembahasan dapat diidentifikasi beberapa implikasi praktis:

- a. Diperlukan sistem pencatatan biaya yang lebih terstruktur.
- b. Perlu dilakukan survei sederhana mengenai kemampuan beli masyarakat sekitar.
- c. Evaluasi harga sebaiknya dilakukan secara berkala mengikuti perubahan kondisi ekonomi.
- d. Pengelola usaha perlu diberikan pelatihan manajemen biaya dan strategi harga.

Implementasi langkah-langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha pesantren serta memperkuat kontribusinya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil tinjauan literatur dan analisis konseptual yang difokuskan pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam, dapat disimpulkan bahwa sistem penentuan harga jual memiliki peran strategis dalam menjaga keseimbangan antara keberlanjutan usaha dan daya beli masyarakat.



Penetapan harga yang tidak didasarkan pada perhitungan biaya secara menyeluruh serta tidak mempertimbangkan kondisi pasar berpotensi menimbulkan ketidakefisienan, baik dalam bentuk penurunan laba maupun rendahnya permintaan produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penentuan harga yang ideal bagi unit usaha Pondok Pesantren El Azzam harus mengintegrasikan empat aspek utama, yaitu:

1. Aspek biaya

Melalui perhitungan biaya tetap dan biaya variabel secara akurat sebagai dasar penentuan harga.

2. Aspek pasar

Dengan mempertimbangkan tingkat pendapatan, karakteristik konsumen, serta elastisitas permintaan masyarakat sekitar pesantren.

3. Aspek nilai

Melalui penerapan strategi harga berbasis nilai (value-based pricing) yang menyesuaikan harga dengan manfaat dan kualitas produk yang dirasakan konsumen.

4. Aspek etika syariah

Dengan mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, dan keseimbangan antara keuntungan usaha dan keterjangkauan harga bagi masyarakat.

Integrasi keempat aspek tersebut menghasilkan sistem harga yang rasional secara ekonomi, kompetitif dalam pasar, terjangkau bagi konsumen, serta selaras dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang menjadi landasan operasional pesantren.

Dengan demikian, sistem penentuan harga jual pada unit usaha Pondok Pesantren El Azzam tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar secara inklusif dan berkeadilan. Penelitian ini memberikan dasar konseptual bagi pengembangan kebijakan harga yang lebih profesional, sistematis, dan sesuai dengan karakteristik usaha berbasis pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R., & Hidayat, A. (2019). Analisis penetapan harga berbasis biaya pada usaha kecil menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 112–121.
- Lestari, N., Pratama, R., & Kurniawan, D. (2022). Elastisitas harga terhadap permintaan produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17(1), 45–56.
- Rahman, F., & Fadilah, S. (2021). Prinsip penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha mikro. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(2), 89–101.
- Santoso, B., & Putra, Y. (2021). Pengaruh tingkat harga terhadap jumlah permintaan komoditas pokok di wilayah perkotaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(3), 201–210.
- Sari, M., & Putri, L. (2020). Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 15–27.
- Wulandari, T., & Nugroho, H. (2020). Dampak pendapatan rumah tangga terhadap pola konsumsi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 134–145.