

IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH DALAM STRATEGI HARGA BERKEADILAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS *INTERNET SERVICE PROVIDER* (ISP) LOKAL (STUDI KASUS: IRVAN *WiFi* BLITAR)

Mohammad Saiful Rifai¹, Muchamat Amarodin² Hanik Listiana³

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Muhammadiyah Tulungagung; saifulmuhammad62@gmail.com

² Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Muhammadiyah Tulungagung; amarudin009@gmail.com

³ Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Muhammadiyah Tulungagung; haniklistiana216@gmail.com

Keywords:

Fair Pricing;
Maqashid Shariah;
Competitive
Advantage; Local
Internet Service
Provider;
Masalah

Abstract

This study analyzes the fair pricing strategy of Irvan WiFi Blitar, a local Internet Service Provider (ISP), through the lens of Maqashid Shariah and its impact on competitive advantage. Facing aggressive competition from national providers, this research uses a descriptive qualitative case study approach, gathering data through in-depth interviews and observations. The findings reveal that Irvan WiFi integrates the five pillars of Maqashid Shariah into its business model: protecting religion (contract transparency), life (price stability), intellect (information accessibility), lineage (safe domestic digital environment), and property (social benefit distribution). This masalah-based approach creates a unique service differentiation and fosters high customer loyalty, providing a sustainable competitive advantage. The study contributes a theoretical model for MSME resilience in the technology sector by transforming theological values into strategic business instruments. In conclusion, fair pricing serves not only as a profit mechanism but as a foundation for business longevity and community welfare. These results offer a vital reference for local ISPs to thrive amidst corporate hegemony by prioritizing ethical and social value.

Kata kunci:

Harga
Berkeadilan;
Maqashid Syariah;
Keunggulan
Kompetitif;
Internet Service
Provider Lokal;
Masalah.

**Diajukan : Maret
2026**

**Diterima : April
2026**

**Diterbitkan : April
2026**

Abstrak

Penelitian ini mengkaji diskursus ekonomi digital dalam kerangka etika Islam, khususnya mengenai kebijakan penetapan harga pada penyedia jasa internet lokal. Tujuan utama penelitian adalah untuk menganalisis konstruksi strategi harga berkeadilan pada Irvan WiFi Blitar melalui tinjauan Maqashid Syariah dan implikasinya terhadap keunggulan kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap pemilik usaha dan observasi lapangan. Temuan riset menunjukkan bahwa Irvan WiFi mengimplementasikan lima pilar Maqashid Syariah secara integratif, yaitu perlindungan agama melalui transparansi akad, perlindungan jiwa melalui stabilitas tarif, perlindungan akal melalui aksesibilitas informasi, perlindungan keturunan melalui ekosistem digital domestik, dan perlindungan harta melalui distribusi manfaat sosial. Strategi harga berbasis masalah ini terbukti menciptakan keunggulan kompetitif melalui loyalitas pelanggan yang tinggi dan diferensiasi layanan yang responsif. Kontribusi tulisan ini terletak pada pengembangan model resiliensi UMKM sektor teknologi berbasis nilai teologis. Kesimpulannya, harga berkeadilan bukan sekadar instrumen profit, melainkan fondasi strategis yang menjamin keberlangsungan bisnis sekaligus kemaslahatan umat di era ekonomi digital. Hasil ini penting sebagai referensi bagi ISP lokal dalam menghadapi hegemoni korporasi nasional melalui pendekatan nilai-syariah.

Corresponding Author:

Mohammad Saiful Rifai

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Muhammadiyah Tulungagung; saifulmuhammad62@gmail.com

PENDAHULUAN

Akses internet telah bertransformasi dari kebutuhan sekunder menjadi infrastruktur vital yang mendukung seluruh lini kehidupan masyarakat modern. Di Indonesia, fenomena digitalisasi ini mendorong munculnya banyak unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak sebagai *Internet Service Provider* (ISP) lokal guna menjangkau area yang tidak terjamah oleh provider nasional. Namun, keberadaan ISP lokal seperti Irvan *WiFi* di Blitar menghadapi tantangan serius berupa penetrasi pasar dari korporasi raksasa yang memiliki keunggulan modal dan infrastruktur. Dalam kondisi persaingan yang asimetris ini, strategi penetapan harga sering kali menjadi determinan utama dalam mempertahankan kelangsungan bisnis dan daya saing.

Perspektif ekonomi Islam menawarkan paradigma harga berkeadilan yang berakar pada konsep *Maqashid Syariah*. Secara etimologis, *Maqashid Syariah* merupakan gabungan dari dua kata: *maqashid* yang berarti tujuan atau sasaran, dan *syariah* yang merujuk pada jalan menuju sumber air atau hukum-hukum Allah (Pertiwi & Herianingrum, 2024). Secara terminologis, *Maqashid Syariah* didefinisikan sebagai tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh syariat demi mewujudkan kemaslahatan manusia baik di dunia maupun di akhirat (Asy'ari, 2022). Harga dalam Islam tidak sekadar ditentukan oleh mekanisme pasar *supply and demand*, tetapi harus berpijak pada nilai kemaslahatan (*maslahah*) tersebut. Menurut teori *Maqashid Syariah* yang dipopulerkan oleh Imam Asy-Syatibi, setiap kebijakan ekonomi termasuk penetapan harga harus bertujuan untuk memelihara lima unsur pokok yang dikenal dengan *Al-Dharuriyyat al-Khams*, yaitu perlindungan terhadap agama (*hifdz ad-din*), jiwa (*hifdz an-nafs*), akal (*hifdz al-aql*), keturunan (*hifdz an-nasl*), dan harta (*hifdz al-maal*) (Wahyu, 2025). Implementasi konsep ini menjadi sangat relevan bagi ISP lokal untuk menciptakan nilai unik yang tidak dimiliki oleh kompetitor besar yang cenderung bersifat profit-sentris.

Beberapa penelitian terdahulu telah berupaya membedah kaitan antara prinsip syariah dengan performa UMKM. Sajidah & Abdur Rohman (2025) mengungkapkan bahwa pendekatan strategis melalui implementasi prinsip ekonomi syariah terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan reputasi dan kepercayaan konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Widya & Syafi'i (2024) menegaskan bahwa kewirausahaan Islam yang berbasis *Maqashid Syariah* mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi pelaku usaha kecil. Di sisi lain, terkait dinamika harga, Hasil penelitian Rachman et al. (2023) bahwa strategi maksimalisasi profit dalam perspektif *Maqashid* tetap harus mengedepankan aspek keadilan terutama saat terjadi fluktuasi biaya operasional.

Meskipun kajian mengenai *Maqashid Syariah* dan daya saing telah berkembang, masih terdapat kekosongan literatur (*research gap*) pada sektor infrastruktur digital. Penelitian oleh Putri et al. (2025) memang telah membahas peran strategi harga

kompetitif dan digitalisasi dalam meningkatkan kesejahteraan, namun belum menyentuh aspek teologis *Maqashid Syariah* secara spesifik. Demikian pula dengan Zikwan (2021) yang mengkaji konsep *Maqashid Syariah* pada UMKM secara makro untuk akselerasi ekonomi syariah tanpa melakukan pendalaman pada industri ISP yang memiliki struktur biaya dan karakteristik layanan yang sangat teknis.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana Irvan *WiFi* Blitar memformulasi strategi harga berkeadilan berbasis *Maqashid Syariah*. Penekanan pada ISP lokal di Blitar menjadi krusial karena wilayah ini memiliki dinamika persaingan yang ketat antara pemain lokal dan nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan nilai-nilai *Maqashid* dalam struktur harga dan bagaimana formulasi tersebut mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi ISP lokal. Kebaruan utama penelitian ini terletak pada konstruksi model harga berkeadilan yang mengalihkan paradigma harga ISP dari sekadar komoditas ekonomi menjadi instrumen kemaslahatan publik (*maslahah al-ammah*) guna menciptakan loyalitas pelanggan yang menjadi basis keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal yang berfokus pada kedalaman informasi dari informan kunci (*key informant*). Peneliti memposisikan pemilik Irvan *WiFi* Blitar sebagai subjek tunggal penelitian karena posisinya sebagai pengambil keputusan sentral sekaligus perumus strategi harga perusahaan. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi secara fundamental bagaimana kesadaran teologis pemilik mengenai *Maqashid Syariah* diwujudkan dalam instrumen kebijakan ekonomi UMKM ISP lokal.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara berulang (*repetitive interview*) dengan pemilik usaha. Teknik wawancara mendalam ini bertujuan untuk mencapai saturasi data terkait latar belakang, motivasi, dan teknis formulasi harga berkeadilan (Rifai et al., 2025). Selain wawancara, teknik observasi lapangan dan studi dokumentasi dilakukan secara intensif sebagai upaya triangulasi teknik (Rifai, 2023). Peneliti melakukan observasi langsung terhadap implementasi harga pada sistem *billing* layanan dan transparansi informasi paket internet guna memverifikasi pernyataan informan. Data sekunder berupa rincian paket layanan dan profil operasional perusahaan juga dihimpun untuk memperkuat analisis mengenai keunggulan kompetitif.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Karena riset ini hanya melibatkan satu informan kunci, peneliti menerapkan teknik triangulasi teknik dan triangulasi waktu untuk menjamin keabsahan data. Triangulasi teknik dilakukan dengan mengonfrontasi hasil wawancara dengan bukti-bukti dokumentasi harga serta realitas objektif yang ditemukan selama observasi lapangan. Sementara itu, triangulasi waktu dilakukan dengan melakukan wawancara dalam beberapa kesempatan berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diberikan

oleh pemilik. Dengan prosedur ini, validitas data tetap terjaga secara ketat guna menghasilkan simpulan penelitian yang kredibel dan objektif (Sugiyono, 2013).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Strategi Harga Berkeadilan dalam Bingkai *Maqashid Syariah* pada Irvan WiFi Blitar

Penetapan harga dalam industri telekomunikasi umumnya terjebak pada dikotomi antara profit maksimal dan efisiensi biaya. Namun, Irvan WiFi Blitar menunjukkan anomali positif dengan membangun konstruksi harga di atas fondasi etika Islam yang kental. Pemiliknya tidak memandang harga sekadar sebagai instrumen ekonomi, melainkan perwujudan tanggung jawab moral untuk mencapai kemaslahatan (*maslahah*). Hal ini terkonfirmasi dari motivasi informan yang mendirikan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui layanan yang lebih hemat dibanding paket data seluler. Konstruksi harga berkeadilan ini secara komprehensif dibedah melalui lima pilar *Al-Dharuriyyat al-Khams* yang berkelindan dengan realitas bisnis lapangan.

Pilar pertama dan paling fundamental dalam *Al-Dharuriyyat al-Khams* adalah *Hifdz ad-Din* atau perlindungan agama. Secara terminologis, ini didefinisikan sebagai upaya menjaga eksistensi tauhid dan syariat dalam setiap sendi kehidupan (Mujib & Hamim, 2021). Dalam muamalah, hal ini mencakup perlindungan niat, kejujuran, dan penjagaan martabat manusia dari praktik ekonomi batil (Maman Wahyudi, 2024). Penjagaan agama dalam bisnis internet berarti memastikan teknologi dikelola tanpa melanggar aturan Allah, termasuk menjaga kejujuran informasi. Implementasi *Hifdz ad-Din* pada Irvan WiFi Blitar mewujudkan melalui integritas akad ketat dan transparansi layanan. Seluruh transaksi didasarkan pada prinsip "kesepakatan di muka" (*an-taradhin*) untuk mengeliminasi unsur *Gharar* (ketidakpastian) dan *Ikrah* (paksaan). Strategi ini menempatkan kepatuhan syariah sebagai tanggung jawab ukhrawi di atas margin keuntungan sesaat.

Fenomena menarik di lapangan adalah pemberian kecepatan internet yang konsisten melebihi kapasitas akad (misal: paket 5 Mbps diberikan 7 Mbps). Dalam ekonomi Islam, ini merupakan bentuk *Ihsan* atau kebaikan melampaui kewajiban minimal, sekaligus upaya sadar menjauhi praktik *tatfif* (kecurangan timbangan) digital (Syamsuri & Ridwan, 2019). Dengan memberikan lebih dari janji, Irvan WiFi menjaga kesucian agama dan memastikan hak pelanggan tidak terzalimi.

Sintesis dengan penelitian Marya (2025) dan Rizal et al. (2025) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan UMKM syariah lahir dari konsistensi antara janji (akad) dan kenyataan operasional (*actual performance*). Realitas ini mendekonstruksi standar ISP nasional yang sering menggunakan terminologi ambigu "Up To" sebagai dalih hukum (*legal loophole*). Dalam etika Islam, istilah tidak transparan berisiko terjatuh pada praktik *Tadlis* atau penipuan (Rifai et al., 2025). Irvan WiFi memberikan antitesis melalui kebijakan harga berkeadilan yang memastikan keberkahan (*barakah*) melalui cara jujur demi kemaslahatan umat.

Pilar kedua dalam *Al-Dharuriyyat al-Khams* adalah *Hifdz an-Nafs* atau perlindungan terhadap jiwa. Secara fundamental, ini mencakup pemeliharaan hak hidup dan pemenuhan kebutuhan dasar agar manusia hidup bermartabat. Dalam ekonomi kontemporer, dimensi ini meluas pada perlindungan terhadap beban ekonomi ekstrem (Zailani et al., 2022). Kemiskinan dan ketidakmampuan mengakses kebutuhan pokok sering menjadi pintu gerbang kerusakan jiwa hingga konflik sosial (Jailobaeva et al., 2022). Oleh karena itu, bisnis syariah wajib memastikan penetapan harga tidak menzalimi hak hidup konsumen.

Strategi harga Irvan WiFi mencerminkan perlindungan jiwa melalui stabilitas ekonomi rumah tangga di Blitar. Layanan WiFi diposisikan sebagai "solusi penghematan" dibanding kuota seluler yang mahal dan fluktuatif. Dengan harga terjangkau, Irvan WiFi menjaga aksesibilitas infrastruktur digital vital, mencegah pengurasan aset finansial keluarga sehingga anggaran dapat dialokasikan untuk kebutuhan primer seperti nutrisi dan kesehatan. Fenomena krusial di lapangan adalah keteguhan pemilik untuk tidak menaikkan harga meski biaya operasional *bandwidth* pusat meningkat. Manuver ini merefleksikan konsep *Maslahah Mursalah*, yakni kebijakan demi kemaslahatan umum yang sejalan dengan tujuan syariat. Berbeda dengan manajemen konvensional yang menerapkan *cost-plus pricing*, Irvan WiFi memilih jalur *Taysir* (memberikan kemudahan). Pemilik lebih memilih menanggung penurunan margin keuntungan demi melindungi daya beli warga melalui strategi moderasi teknis agar perusahaan bertahan tanpa memberikan guncangan finansial kepada pelanggan.

Temuan ini memperkuat penelitian Early & Hernandez (2021) bahwa akses internet terjangkau adalah kunci mencegah marginalisasi sosial yang mengancam kesejahteraan psikologis. Melalui kebijakan pro-rakyat, Irvan WiFi menciptakan benteng perlindungan jiwa digital. Keberhasilan bisnis ISP lokal tidak hanya diukur dari laba, melainkan sejauh mana ia menjadi jaring pengaman ekonomi komunitas. Implikasinya, pelanggan merasakan ketenangan jiwa karena kebutuhan digital terpenuhi secara adil dan konsisten.

Pilar ketiga *Maqashid Syariah* adalah *Hifdz al-Aql* atau perlindungan akal. Akal berfungsi sebagai alat memahami wahyu dan mengembangkan peradaban (Zazkia, 2021). Perlindungan akal dilakukan melalui jalur edukatif dengan menyediakan sarana yang mencerdaskan potensi intelektual (Allafi & S'aadh, 2022). Di era digital, hal ini bergantung pada akses informasi di ruang siber (Horban & Oliinyk, 2025). Irvan WiFi mewujudkan visi ini dengan memandang internet sebagai "kebutuhan pokok" (*al-hajiyat al-dharuriyyah*). Melalui skema harga inklusif bagi pelajar dan guru di pelosok Blitar, perusahaan menyediakan infrastruktur vital bagi pengembangan intelektual. Akses stabil dan murah adalah prasyarat demokratisasi pengetahuan; tanpa harga berkeadilan, masyarakat rural berisiko mengalami stagnasi intelektual akibat mahalnya akses informasi global.

Sintesis dengan penelitian Murmu (2025) menunjukkan bahwa ISP lokal strategis dalam menutup celah literasi digital (*Digital Literacy Gap*). Irvan WiFi mendekonstruksi

monopoli informasi dengan menjual "peluang" dan "kesetaraan", bukan sekadar komoditas data. Harga yang ditetapkan memanusiaikan pengguna, di mana profit dikalibrasi agar warga desa memiliki kualitas intelektual setara dengan masyarakat kota. Akses terjangkau ini menjadi benteng perlindungan akal dari informasi dangkal. Koneksi stabil memungkinkan pelajar mengakses referensi akademik kredibel dan kursus daring tanpa terkendala kuota, sejalan dengan tujuan syariat memuliakan manusia melalui ilmu (Solihah et al., 2025). Strategi harga berkeadilan Irvan WiFi adalah investasi peradaban sekaligus kunci penguatan daya kritis masyarakat lokal. Hal ini memastikan akal tumbuh subur dengan asupan informasi memadai dan bermanfaat, yang merupakan inti kemaslahatan intelektual dalam Islam.

Pilar keempat Maqashid Syariah adalah *Hifdz an-Nasl* atau perlindungan keturunan. Secara tradisional, prinsip ini merujuk pada penjagaan nasab, namun dalam sosiologi digital kontemporer, maknanya bertransformasi menjadi upaya menjaga kualitas moral, intelektual, dan mental generasi muda dari lingkungan destruktif (Rani et al., 2025). Perlindungan ini memastikan anak tumbuh di lingkungan aman dengan akses teknologi yang tidak mengorbankan integritas moral (Santoso et al., 2024). Strategi harga Irvan WiFi yang pro-keluarga menciptakan implikasi sistematis terhadap ekosistem digital domestik yang terkendali. Harga internet terjangkau memotivasi kepala keluarga di Blitar menyediakan sarana internet di rumah, sehingga aktivitas digital anak terpantau langsung oleh orang tua. Fenomena ini menjadi antitesis terhadap kondisi di mana biaya internet mahal memaksa remaja mencari akses di ruang publik tanpa filter konten, yang meningkatkan risiko paparan pornografi dan judi *online* akibat minimnya pengawasan.

Secara teoretis, kebijakan ini mendukung Ketahanan Keluarga Syariah. Sebagaimana dijelaskan Arafah (2020), ketersediaan fasilitas edukasi digital di rumah merupakan penerapan kaidah *Sadd ad-Dzarai'*, yakni tindakan preventif menutup celah kerusakan (*mufسادah*) moral. Dengan harga yang "masuk akal", Irvan WiFi membantu orang tua melakukan proteksi dini dan memindahkan pusat aktivitas digital anak kembali ke lingkungan keluarga.

Dampak jangka panjangnya adalah peningkatan kualitas tumbuh kembang generasi di Blitar. Anak dengan akses informasi memadai di rumah cenderung memiliki literasi digital lebih matang karena didampingi figur otoritas dipercayai (Maulana Ahmad et al., 2024). Irvan WiFi bertransformasi menjadi mitra orang tua dalam misi *Hifdz an-Nasl*. Harga layanan yang murah bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan instrumen sosial yang menjaga martabat masa depan generasi muda agar tidak tercerabut dari nilai luhur keluarga akibat hambatan ekonomi.

Pilar terakhir Maqashid Syariah adalah *Hifdz al-Maal* atau perlindungan harta. Dalam Islam, harta merupakan sarana (*wasilah*) mencapai ketaatan dan kemaslahatan (Arviana et al., 2023). Perlindungan ini mencakup perolehan halal, pencegahan boros (*israf*), serta distribusi agar kekayaan tidak menumpuk di segelintir pihak (Adri Adri et al., 2025). Pada Irvan WiFi Blitar, prinsip ini mewujudkan dalam keseimbangan margin keuntungan dan kontribusi ekonomi lokal. Pemilik menunjukkan kedewasaan

Title: Implementasi *Maqashid Syariah* Dalam Strategi Harga Berkeadilan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bisnis *Internet Service Provider (Isp)* Lokal (Studi Kasus: Irvan Wifi Blitar)

manajemen melalui pemeliharaan (*maintenance*) berkala untuk mencegah kerusakan sia-sia (*tadzir*) sebagai amanah melindungi aset investasi. Berbeda dengan ISP konvensional, Irvan WiFi mengalokasikan sebagian laba untuk publik, seperti akses gratis di masjid dan pos kamling. Strategi ini merupakan model "pembersihan harta" dan "investasi ukhrawi" yang memperkuat manfaat bisnis di masyarakat.

Praktik filantropi organik ini selaras dengan teori Umer Chapra (2020) tentang distribusi kekayaan yang adil (*Equitable Distribution of Wealth*). Chapra menekankan bahwa keadilan ekonomi tercapai saat pelaku pasar sukarela berbagi manfaat dengan masyarakat lemah (Rofiah & Ghozali, 2020). Jika CSR korporasi besar sering kali hanya formalitas citra, Irvan WiFi melakukannya sebagai bagian integral nilai keberkahan untuk melindungi bisnis dari kerugian tak terduga. Sintesis dengan penelitian Sitohang et al. (2025) membuktikan bahwa UMKM yang konsisten menyisihkan aset untuk publik memiliki loyalitas pelanggan (*customer retention*) lebih tinggi. Di Blitar, masyarakat turut menjaga infrastruktur Irvan WiFi karena merasakan manfaatnya. Strategi harga berkeadilan ini berfungsi sebagai instrumen pencegahan penumpukan harta, sekaligus menciptakan efek tetesan ke bawah (*trickle-down effect*) bagi komunitas melalui sistem jaminan sosial digital yang mandiri.

Implikasi Strategi Harga Berbasis Masalah terhadap Pencapaian Keunggulan Kompetitif Bisnis *Internet Service Provider (ISP)* Lokal

Strategi harga yang diimplementasikan oleh Irvan WiFi Blitar memberikan implikasi fundamental terhadap peta persaingan industri telekomunikasi lokal. Di tengah hegemoni *Internet Service Provider (ISP)* nasional dengan modal kapital besar, Irvan WiFi berhasil mengonstruksi model pertahanan bisnis yang unik. Keunggulan kompetitif perusahaan ini tidak bersumber dari strategi biaya rendah (*cost leadership*), melainkan dari kemampuan manajemen mentransformasikan nilai-nilai *masalah* menjadi keunikan layanan yang sulit direplikasi oleh kompetitor besar (*service differentiation*). Irvan WiFi secara sadar menghindari perang harga (*price war*) industri digital. Informan kunci berargumen bahwa mengikuti skema promosi "bakar uang" korporasi hanya akan menjebak UMKM pada kerugian finansial. Sebaliknya, Irvan WiFi mengonstruksi "harga berbasis masalah" yang mengintegrasikan kualitas teknis dengan kedekatan emosional, menciptakan proposisi nilai yang melampaui sekadar transaksi data.

Secara teoretis, fenomena ini selaras dengan hasil penelitian Kasim et al. (2024) yang menegaskan bahwa resiliensi bisnis UMKM berbasis syariah terletak pada orientasi nilai yang melampaui profit maksimasi murni. Melalui kebijakan garansi "satu hari beres" dan *fast response*, perusahaan menerapkan prinsip Amanah dalam dimensi waktu. Perbandingan dengan penelitian Suson et al. (2023) menunjukkan sebuah paradoks; konsumen sering merasa frustrasi terhadap provider nasional bukan karena harga, melainkan karena birokrasi penanganan gangguan yang lambat dan impersonal. Irvan WiFi mengisi celah kemanusiaan tersebut dengan interaksi responsif, menciptakan *niche market* di mana pelanggan merasa dimanusiakan. Keunggulan ini

lahir dari tanggung jawab moral dalam menjaga kualitas koneksi sebagai pemenuhan janji akad, yang memicu loyalitas berbasis kepercayaan (*trust-based loyalty*) yang sangat kuat (Lu et al., 2021).

Implikasi selanjutnya adalah efisiensi pemasaran yang signifikan melalui mekanisme *Word of Mouth* (WoM) di komunitas Blitar. Strategi memberikan akses gratis di masjid dan pos kamling merupakan bagian dari *Social Branding* yang integratif. Langkah ini selaras dengan temuan Parwez (2017) bahwa keterlibatan sosial pengusaha Muslim mampu menurunkan biaya akuisisi pelanggan (*customer acquisition cost*) hingga titik terendah. Masyarakat lokal memilih Irvan WiFi bukan hanya karena harga per Mbps yang kompetitif, tetapi karena solidaritas mendukung bisnis yang berkontribusi nyata pada fasilitas umum. Ini adalah model keunggulan yang berakar pada modal sosial (*social capital*), aset yang tidak bisa dibeli dengan anggaran iklan korporasi nasional tanpa akar komunitas yang kuat (Qiu et al., 2023).

Ketahanan (*resilience*) Irvan WiFi dalam menghadapi fluktuasi biaya operasional juga menunjukkan fleksibilitas strategis. Ketika biaya *bandwidth* pusat naik, Irvan WiFi tidak membebarkannya langsung kepada pelanggan, melainkan melakukan penyesuaian kapasitas (*bandwidth management*) secara halus. Kebijakan ini merupakan upaya menjaga hubungan jangka panjang atau *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis Syariah (Nuriatullah et al., 2024). Penelitian (2018) mengungkapkan bahwa meskipun pelanggan ISP sensitif terhadap harga, mereka lebih toleran terhadap fluktuasi kecepatan asalkan penyedia jasa berkomunikasi secara jujur. Kejujuran akad di awal menjadi benteng pertahanan psikologis, sehingga tingkat perpindahan pelanggan (*churn rate*) tetap rendah.

Lebih mendalam, strategi ini menyentuh resiliensi ekonomi lokal. Irvan WiFi berperan sebagai katalisator bagi UMKM lain dengan menyediakan internet stabil dan terjangkau untuk toko *online* atau jasa kreatif. Dalam perspektif Maqashid Syariah, ini adalah perwujudan sirkulasi kemaslahatan meluas yang menciptakan ekosistem ekonomi protektif. Hal ini membangun hambatan masuk (*barrier to entry*) yang tidak kasat mata bagi provider besar. Faktor kedekatan geografis, kemudahan complain langsung, dan keterlibatan sosial menjadi variabel penentu yang membuat pelanggan tetap bertahan. Secara analitis, rangkaian strategi ini membuktikan bahwa ISP lokal dapat berkembang dengan mengedepankan kemaslahatan publik. Harga berkeadilan Irvan WiFi adalah simbol perlawanan terhadap praktik monopoli. Implementasi Maqashid Syariah memberikan dimensi baru dalam manajemen strategis, di mana nilai barokah disinergikan dengan efisiensi operasional. Irvan WiFi bertransformasi menjadi entitas sosial dengan legitimasi moral, menegaskan bahwa keunggulan berkelanjutan dibangun di atas fondasi kepercayaan, sesuai prinsip *khairunnas anfa'uhum linnas*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi harga berbasis masalah menciptakan siklus positif (*virtuous cycle*). Harga adil menghasilkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas yang kokoh. Dalam jangka panjang, model ini berkontribusi pada pemerataan akses informasi digital di wilayah yang kurang mendapat perhatian korporasi besar. Strategi ini bukan sekadar pilihan etis, melainkan pilihan bisnis yang

cerdas dan tangguh terhadap guncangan pasar, menjadikannya *benchmarking* relevan bagi pengembangan bisnis ekonomi Islam di sektor teknologi masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis strategi harga pada Irvan WiFi Blitar, penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi harga yang diterapkan merupakan manifestasi konkret dari implementasi *Maqashid Syariah* secara *kaffah*. Penentuan harga tidak hanya berpijak pada kalkulasi profit murni, tetapi mengintegrasikan lima pilar perlindungan (*Al-Dharuriyyat al-Khams*) yang meliputi kejujuran akad (*Hifdz ad-Din*), stabilitas tarif (*Hifdz an-Nafs*), keterjangkauan informasi (*Hifdz al-Aql*), dukungan digital keluarga (*Hifdz an-Nasl*), hingga distribusi keuntungan melalui fasilitas umum (*Hifdz al-Maal*). Kolektivitas pilar ini membentuk model "Harga Berkeadilan" yang membuktikan bahwa nilai teologis dapat ditransformasikan menjadi kebijakan ekonomi UMKM yang humanis tanpa mengabaikan profesionalisme.

Strategi berbasis *masalah* ini berimplikasi langsung pada pencapaian keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui diferensiasi layanan yang transparan dan responsif di tengah tekanan provider nasional. Keunggulan tersebut tidak terletak pada *cost leadership* yang agresif, melainkan pada kekuatan modal sosial dan kepercayaan pelanggan yang lahir dari etika bisnis Islam, sehingga menciptakan resiliensi bisnis yang kokoh. Sebagai saran, praktisi UMKM sektor teknologi sebaiknya memperkuat nilai tambah berbasis kejujuran daripada terjebak perang harga destruktif, sementara peneliti selanjutnya perlu memperluas cakupan informan pada sisi pengguna untuk memvalidasi persepsi keadilan harga secara lebih luas dari sudut pandang penerima manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri Adri, Ferdi Prayoga, Nurvina Hidayati, & Aidil Alfin. (2025). Harta dan Hak Milik dalam Islam: Pembagian Harta dan Akibat Hukumnya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 525–543. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4708>
- Arviana, P., Abubakar, A., Basri, H., & Rif'ah, M. A. F. (2023). Harta dan Pengelolaannya dalam Al-Qur'an: Tinjauan Surah Al-Kahfi ayat 46. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1167–1184. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.5608>
- Asy'ari, R. (2022). Mashlahah dalam Maqasid Syari'ah. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.58401/takwiluna.v3i1.593>
- Early, J., & Hernandez, A. (2021). Digital Disenfranchisement and COVID-19: Broadband Internet Access as a Social Determinant of Health. *Health Promotion Practice*, 22(5), 605–610. <https://doi.org/10.1177/15248399211014490>
- Gerpott, T. J. (2018). Experienced speeds of fixed Internet connections as drivers of customer bonds with their provider – An empirical study of consumers in

- Germany. *Management Science Letters*, 1239–1258. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.10.002>
- HORBAN, Y., & OLIINYK, O. (2025). TRANSFORMATION OF INFORMATION CULTURE UNDER THE INFLUENCE OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS. *УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА : МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, ШЛЯХИ РОЗВИТКУ (НАПРЯМ КУЛЬТУРОЛОГІЯ)*, 50, 420–426. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.995>
- Intan arafah, I. arafah. (2020). Pendekatan Sadd Adz-Dzari'ah Dalam Studi Islam. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 5(1), 68–86. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v5i1.1443>
- Jailobaeva, K., Horn, R., Arakelyan, S., Diaconu, K., Kamara, A., & Ager, A. (2022). Social determinants of psychological distress in Sierra Leone. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 57(9), 1781–1793. <https://doi.org/10.1007/s00127-022-02278-y>
- Lu, J., Jia, X., Lev, B., Zhang, C., Gao, Y., Zhao, M., & He, Y. (2021). How to understand “salable fake goods” and “unsalable quality goods”? An insight from the view of quality responsibility and consumers’ brand loyalty. *Technology in Society*, 67, 101793. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101793>
- M. Zikwan. (2021). KONSEP MAQASHID SYARIAH PADA UMKM DALAM UPAYA MENDUKUNG AKSELERASI PANGSA EKONOMI SYARI'AH JAWA TIMUR. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 32–44. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2021.v2i2.32-44>
- Maman Wahyudi. (2024). The Concept of Business Ethics in Islamic Perspective. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 14(2), 478–484. <https://doi.org/10.37630/jpi.v14i2.2166>
- Marya, A. (2025). Sharia Based Marketing Strategies in the Development of Halal Food and Beverage MSMEs in North Purwokerto. *Journal of Principles Management and Business*, 4(02), 258–269. <https://doi.org/10.55657/jpmb.v4i02.279>
- Maulana Ahmad, S., Sri Nurhayati, & Prita Kartika. (2024). Literasi Digital Pada Anak Usia Dini: Urgensi Peran Orang Tua dalam Menyikapi Interaksi Anak dengan Teknologi Digital. *Kidido: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(1), 47–65. <https://doi.org/10.19105/kidido.v5i1.11611>
- Muafi Aulia Rachman, Rahmawati, L., & Khalida, N. D. (2023). Strategy for Maximizing MSME Profits Amid Increases in Fuel Prices from the Perspective of Maqashid Syariah Asy-Syatibi. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.35457/josar.v9i1.2522>
- Mubark Allafi, M., & Ali S'aadh, A. (2022). Intentional Measures to Achieve a Child's Mental Health. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 49(6:), 578–589. <https://doi.org/10.35516/hum.v49i6:4055>
- Muhammad Nooraiman Zailani, Nurul Huda Mohd Satar, & Roza Hazli Zakaria. (2022). Maqasid Al-Shariah Based Index of Socio-Economic Development: A Literature

Title: Implementasi *Maqashid Syariah* Dalam Strategi Harga Berkeadilan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bisnis *Internet Service Provider* (Isp) Lokal (Studi Kasus: Irvan Wifi Blitar)

- Review. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 47–62. <https://doi.org/10.33102/jmifr.v19i1.409>
- Muhammad Rizal, Muthoifin, & Sondos Jihad Shnewra. (2025). Sharia-Based Management and Marketing Strategies for MSMEs: Enhancing Warung Sate Madura Performance in Support of the SDGs. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 25(03), 659–674. <https://doi.org/10.23917/profetika.v25i03.12004>
- MUHAMMAD ZAINI EL WAHYU. (2025). Islamic Ekonomi Islam dalam Pandangan Imam Asy Syatibi. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 6(1), 30–43. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v6i1.72>
- Mujib, L. S. B., & Hamim, K. (2021). Religious freedom and Riddah through the Maqāsidī interpretation of Ibn ‘Āshūr. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 77(4). <https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.6928>
- Murmu, A. (2025). “Unequal Access and Unequal Outcomes: Digital inequalities and the Knowledge Divide in India.” *International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(5). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.53000>
- Nuriatullah, Ahmed, I., & Rusanti, E. (2024). Shariah Compliance, Customer Relationship Marketing, and Loyalty in Islamic Banking: The Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 54–72. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v6i1.281.54-72>
- Parwez, S. (2017). Community-based entrepreneurship: evidences from a retail case study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0074-z>
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. (2024). Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 807. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12386>
- Putri, F. B., Sofyan, A., & Maulidah, S. A. (2025). PERAN DIGITALISASI DAN MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN INDUSTRI MIKRO DAN KECIL (IMK) DENGAN COMPETITIVE ADVANTAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v14i04.2329>
- Qiu, P., Chen, J., & Bruning, E. (2023). The influence of social capital on local retail patronage in an urban setting. *International Journal of Consumer Studies*, 47(4), 1467–1482. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12924>
- Rani, E., Musthato', M., & Prima, A. (2025). Tinjauan Maqashid Al-Syariah terhadap Kepastian Hukum Pencatatan Perkawinan di KUA Kecamatan Bengalon. *AL-AMIYAH: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 217–226. <https://doi.org/10.71382/aa.v2i02.266>
- Rifai, M. S. (2023). Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumen Apotek Barokah Kaliboto Pasca Pemberhentian Aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 12(1), 68–75. <https://doi.org/10.24269/mjse.v12i1.7342>

- Rifai, M. S., Nurwahyuni, N., & Amarodin, M. (2025). Praktik Jual Beli Sayuran Sistem Untingan dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Pasar Gambar Wonodadi Blitar). *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 16–27. <https://doi.org/10.24269/mjse.v5i1.11675>
- Rofiah, K., & Ghozali, M. (2020). Construction of M. Umer Chapra's Economic Thoughts in Realizing Efficiency and Justice. *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v4i1.4349>
- Sajidah, & Abdur Rohman. (2025). PMarketing in Consumer Interest Attracting Strategy Reviewed from Islamic Business Ethics (Case Study on Meatball and Chicken Noodle Traders in Purnama Larangan Luar Village). *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 3(3), 177–193. <https://doi.org/10.58355/organize.v3i3.105>
- Santoso, L., Izati, H. K., & Sa'adah, F. N. (2024). Halal Lifestyle and Family Resilience in the Digital Era in Maqashid Sharia Perspective. *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law*, 8(1), 25–42. <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v8i1.11898>
- Sinta Kasim, Muh. Nasir Hamzah, Amiruddin Kadir, & Muhammad Wahyuddin Abdullah. (2024). Resilience of Micro, Small, and Medium Enterprises Based on Islamic Entrepreneurship. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 211–232. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2333>
- Sitohang, F. M., Rahmawati, N., Abram, M., Choiruman, D., Dary, M., & Nadhif, M. (2025). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Strategi dan Kebijakan Bisnis pada UMKM Ayam Gepuk Pak Gembus Telkom University. *ARZUSIN*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.58578/artzusin.v5i1.4558>
- Solihah, I., Isma Hisbullah Aljauhany, Khaibar Akmaluddin, Ahmad Mustafidin, Safa Alrumayh, & Alfian Eko Rochmawan. (2025). Integrating al-qur'an, hadith, and science in islamic education: Tracing scientific insights. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sains Islam Interdisipliner*, 123–131. <https://doi.org/10.59944/jipsi.v4i3.453>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suson, R., Rivero, D. M., Arnejo, A., Atibing, N. M., Aro, J. L., Burdeos, A., Yamagishi, K., & Ocampo, L. (2023). Customer Loyalty during Disasters: The Case of Internet Service Providers Amidst Typhoon Odette in Central Philippine Urban Districts. *Urban Science*, 7(2), 55. <https://doi.org/10.3390/urbansci7020055>
- Syamsuri, S., & Ridwan, M. (2019). Konsep Adil dan Ihsan dalam Transaksi Ekonomi menurut Imam Al-Ghazali dan Pengaruh Tasawuf Terhadapnya (Studi Analisis Terhadap Kitab Ihya' al-'Ulum al-Din). *Tasfiyah*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.21111/tasfiyah.v3i1.2982>
- Widya, W., & Syafi'i, A. (2024). Application of Islamic Business Ethics in the Fintech Industry: an Analysis of the Foundation of Sharia Maqashid. *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)*, 2(12). <https://doi.org/10.58631/ajemb.v2i12.68>

Title: Implementasi *Maqashid Syariah* Dalam Strategi Harga Berkeadilan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bisnis *Internet Service Provider (Isp)* Lokal (Studi Kasus: *Irvan Wifi Blitar*)

Zazkia, S. A. (2021). Konsep Aqal Dalam Alquran dan Relevansinya dengan Pendidikan Islam. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 5(1), 349. <https://doi.org/10.29240/alquds.v5i1.2342>