

PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI JUAL BELI ANTARA PENGRAJIN JAMPEL DENGAN PENGEPUL

Syavita Wirarti

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah

Tulungagung

s.wirarti@gmail.com

ABSTRACT

In this article, we try to analyze the concept of price fixing in Islam which actually has the aim of giving birth to benefits in every transaction. Pricing is also useful to cut imbalances that occur in the market. In Islam itself, the concept of price fixing has a principle, namely by considering the needs of the transaction actors so that there are no disputes. However, if there is an action approaching or even an act of zhulm (a disgraceful act) even an act that causes injustice, the government also has a hand in helping to combat the imbalance by fixing prices and looking at the factors that cause imbalances, then setting prices. so that balance is reborn. Based on the pre-study that has been found by researchers, there is a partnership transaction between jampel craftsmen and collectors, precisely in Tulungagung district which according to researchers, regarding the price fixing that has been set by collectors is the price with the minimum profit earned by jampel craftsmen. The results of this study are an imbalance that occurs related to the prices that have been determined by the collectors, hereby, based on the concept of pricing in Islam, the collectors do not

realize the benefits in the transaction process they do together with jampel craftsmen.

Keywords: *Study of Verses and Hadith, Pricing, Islam.*

Pendahuluan

Jual beli merupakan salah satu bentuk interaksi yang saling melengkapi. Pembeli mendapatkan kebutuhan yang didapat dengan cara menukar sejumlah uang kepada penjual atas barang yang didapat. Dan penjual mendapatkan uang dari barang yang dijual. Dari proses jual beli yang menjadi tujuan utama seorang penjual adalah laba atau keuntungan yang diperoleh dengan menetapkan harga berdasarkan modal.

Secara teoritis, harga (*tsaman*) memiliki hubungan dengan keuntungan yang didapatkan dikarenakan selisih lebih harga yang diperoleh dengan harga jual merupakan keuntungan. Sebaliknya, selisih kurang antara harga perolehan dengan harga jual itu merupakan suatu kerugian.¹ Keuntungan serta kerugian merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dihindari. Terkait dengan itu, dikaitkan dengan suatu pilihan yakni memilih bisnis dengan keuntungan berarti tidak merugi, atau bisnis yang merugikan namun tidak mendapatkan pula keuntungan.

Perihal harga (*tsaman*) yang memiliki kewajaran sehingga para pelaku usaha mengetahui harga yang sangat tinggi, tinggi, sedang, kemudian rendah, ataupun sangat rendah. Selama ini adanya tingkat tinggi atau rendahnya suatu harga dilihat dari adanya perbandingan, dikarenakan suatu aset ataupun komoditi dikategorikan memiliki harga yang tinggi disebabkan dengan adanya perbandingan. Misalnya, Harga baju

¹Jaih Mubarak & Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyah "Akad Jual-Beli"*, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2017), h. 145.

di pasar jauh lebih murah dibandingkan harga baju yang dijual di pusat perbelanjaan modern seperti Mall dan lain sebagainya.

Penelitian ini melihat adanya ketidakseimbangan yang didapat oleh pelaku usaha, ataupun pengrajin dengan harga yang ditetapkan oleh pembeli. Yang disebut dengan pembeli dalam permasalahan ini yaitu pengepul. Dalam konteks permasalahan ini ditinjau peneliti dari permasalahan yang ada di Kabupaten Tulungagung terdapat sejumlah komunitas pengrajin jampel oven (pelindung tangan dari panas) yang mengeluhkan adanya ketidakseimbangan harga yang ditetapkan oleh pengepul kepada pengrajin yang cenderung jatuh dan tidak sebanding dengan tenaga serta modal yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut.

Berdasarkan pengamatan penulis, pengrajin untuk menghasilkan 300 pasang jampel dalam kurun waktu 2 minggu membutuhkan modal sebesar Rp. 335.000,-. Namun, dari jumlah modal yang harus dikeluarkan oleh pengrajin tidak sebanding dengan harga beli jampel tersebut. Jampel yang dihasilkan hanya dibandrol oleh pengepul seharga Rp. 1000,- per pasang. Sehingga hal tersebut sangatlah berat bagi pengrajin karena modal yang dikeluarkan beserta tenaga yang digunakan tidak sesuai dengan keuntungan yang didapatkan. Berkaitan dengan itu, menurut peneliti terjadinya ketidakseimbangan mengenai penetapan harga yang dilakukan oleh pengepul. Maka hal tersebut tidak sesuai dengan konsep penetapan harga dalam Islam.

Terjadinya kesalahan dalam penetapan harga dapat menimbulkan berbagai macam risiko yang harus dihadapi. Maka, jika pengepul tetap melakukan penetapan harga relatif rendah kepada pengrajin bisa saja para pengrajin lama-kelamaan menjadi merasa tidak dihargai jerih payah yang mereka keluarkan untuk menghasilkan barang tersebut. Dari

rasa tidak adanya penerimaan, para pengrajin bisa saja menimbulkan reaksi penentangan terhadap harga yang ditentukan oleh pengepul. Dari adanya permasalahan ini, dilihat dari sudut pandang Islam menjadikan peneliti memiliki minat untuk membahas mengenai penetapan harga menurut pandangan para pakar terkait batasan suatu harga, apakah harga (*tsaman*) dalam syariah terdapat batasan tertinggi maupun terendah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan pengamatan suatu transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha bersama dengan pembeli ataupun calon pembeli. Tujuan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, karena dengan ini peneliti dapat mengetahui bagaimana terjadinya suatu transaksi dengan menggunakan proses penetapan harga, Peneliti dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh pelaku usaha dengan batas wajar yang seberapa, Peneliti dapat mengetahui reaksi calon pembeli ataupun pembeli terkait dengan harga yang diketahui, peneliti dapat mengetahui kualitas barang yang didapat dengan harga yang telah dikemukakan apakah pembeli merasa puas atau malah menyebabkan kerugian.

Sumber data yang diperoleh peneliti yaitu ada 3 terdiri dari yang *pertama* sumber data primer: Peneliti menggunakan sumber data primer yaitu berupa pengamatan langsung di lapangan yakni dengan terjun langsung melaksanakan pengamatan pada transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha bersama dengan calon pembeli ataupun pembeli; *kedua* sumber data sekunder peneliti melakukan studi kepustakaan (*library research*) dengan mengumpulkan data melalui jurnal, buku, penelitian terdahulu, Qur'an, Hadits serta dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dibahas; Yang *Ketiga* sebagai penunjang data primer dan sekunder

peneliti menggunakan pendapat dari para *fuqaha* mengenai penetapan harga.

Penetapan Harga dalam Perspektif Islam

Negara memiliki peran dalam menjaga kestabilan harga serta bagaimana mengatasi masalah terkait adanya ketidakstabilan dalam harga. Sebagian ulama tidak membenarkan negara ikut andil dalam menentukan harga, sebagian ulama pun juga ada yang membenarkan bahwa negara ikut andil dalam masalah penentuan harga.²

Imam Syafi'i dan Imam Hambali telah melarang adanya tindakan penetapan harga dikarenakan itu dapat menjadikan rakyat sengsara, namun lain halnya dengan Imam Hanafi dan Imam Maliki membolehkan adanya tindakan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.³

Penetapan harga memiliki mekanisme untuk melahirkan rasa adil baik antara penjual maupun pembeli serta menghindari perselisihan diantara para pihak. Penetapan harga dalam suatu kondisi tertentu haruslah dilakukan dengan berlandaskan alasan untuk mencapai kemaslahatan diantara manusia dan untuk memangkas distorsi pada pasar (mencegah terjadinya kerusakan yang terjadi).⁴

Pada konsep Islam, yang paling utama haruslah harga ditentukan dari seimbangannya permintaan serta penawaran. Keseimbangan tersebut terjadi apabila adanya rasa saling rela diantara penjual dan pembeli. Maka, harga itu ditentukan dari kemampuan seorang penjual untuk menyiapkan barang yang

²Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015.), h. 169.

³Supriadi Muslimin, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, (Gowa: Prodi Ekonomi Syariah, 2020), h. 7.

⁴*Ibid.*, h. 7.

ditawarkan pada pembeli, serta kemampuan seorang pembeli untuk memperoleh barang yang diinginkan dari penjual.⁵

Namun apabila pedagang tersebut telah meninggikan harga di atas kewajaran, itu merupakan tindakan yang *dzalim*. Terkait dengan itu, maka Pemerintah memiliki andil dalam memangkas permasalahan tersebut dengan cara mengambil tindakan menentukan harga yang terjangkau. Terkait itu memiliki tujuan melindungi hak milik orang lain, mengantisipasi dilakukannya penimbunan barang, serta menghindari kecurangan oleh para pedagang. Tindakan pemangkasan persoalan tersebut merupakan tindakan yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar Bin Khattab.⁶

Namun lain halnya dengan itu, sebagian Ulama Malikiyah, sebagian Ulama Syafi'iyah, sebagian Ulama Hanabilah, serta Imam Syaukani menyanggah dengan berdasar hadis yang ada, meskipun dalam kondisi apapun penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah itu tidak bisa dibenarkan dan apabila tetap dilakukan itu merupakan hal yang haram.⁷ Mematok harga itu merupakan sesuatu yang haram dan mengakibatkan kedzoliman. Menurut mereka biarpun harga melonjak yang disebabkan dengan melonjaknya permintaan, serta faktor alam, terkait dengan itu semua bentuk penetapan harga itu merupakan hal yang tidak boleh.⁸

Menurut Imam Hambali dan Imam Syafi'i mengatakan bahwa negara tidak memiliki wewenang untuk menentukan harga. Yang menjadi dasar Imam Hambali dan Imam Syafi'i menyatakan hal tersebut yaitu dengan dasar dari hadis riwayat

⁵*Ibid.*

⁶Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Erlangga, 2021), h. 169-170.

⁷Narsun Haroen, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 142.

⁸Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya...*, h. 170.

Anas Malik. Juhur ulama juga memiliki pendapat bahwa pemerintah apabila masih tetap melaksanakan penetapan harga itu merupakan suatu hal yang hukumnya haram berdasarkan hadits riwayat Anas Malik. Tapi malah sebaliknya Ibnu Taimiyah malah menolak pernyataan yang telah dikeluarkan oleh Juhur ulama yang mengharamkan dengan absolut mengenai penetapan harga tersebut. Beberapa pakar fikih tetap mendukung adanya kebijakannpenetapan harga.⁹

Pada masa kenabian, dalam dunia perdagangan Arab menetapkan perjanjian bersama mengenai tinggi dan ataupun rendahnya suatu permintaan terhadap komoditas ditentukan oleh harga yang bersangkutan dan apabila tersedia sedikit barang maka barang akan bernilai lebih mahal, sebaliknya apabila barang tersedia dengan jumlah yang melimpah maka barang akan bernilai relatif murah.

Berikut beberapa pendapat para ahli ekonom Muslim mengenai pembahasan harga, yakni sebagai berikut:

Pertama, Abu Yusuf. Abu Yusuf merupakan ulama pertama yang menyinggung mengenai mekanisme pasar. Abu Yusuf memiliki pemahaman bahwa hubungan antara harga dengan jumlah hanya memperhatikan kurva permintaan. Beliau menyangkal bahwa gejala seperti itu tidak selalu terjadi, bahwa jika persediaan barang menipis maka harga barang tersebut menjadi mahal begitupun sebaliknya apabila ketersediaan barang tersebut melimpah harga akan relatif murah.

Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf dijelaskan dalam teori permintaan dimana teori ini menjelaskan hubungan antara harga dengan banyaknya jumlah yang diminta menunjukkan pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi itu merupakan sesuatu yang negatif. Jika terjadi

⁹Supriadi Muslimin, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics...*, h. 7.

kelangkaan barang maka harga akan cenderung naik dan sebaliknya apabila ketersediaan barang melimpah maka harga akan cenderung turun. Abu Yusuf menyatakan *“Terkadang makanan melimpah namun tetap mahal, tapi terkadang juga makanan sangat sedikit tapi minuman tetap murah.”*¹⁰

Kedua, Al-Ghazali. Al-Ghazali menyetujui bahwa keuntungan merupakan motif perdagangan. Dan disaat yang lain Al-Ghazali menjelaskan pentingnya peran Pemerintah dalam menjamin keamanan jalur perdagangan demi lancarnya perdagangan dan perkembangan ekonomi. Menurut Al-Ghazali kurva penawaran naik dari kiri bawah ke kanan atas dan beliau menyatakan *“apabila petani tidak memperoleh pembeli dan barangnya, maka ia akan menjualnya dengan harga yang lebih murah.”* Al-Ghazali juga memiliki pemahaman tentang perubahan jumlah permintaan: *“Mengurangi margin keuntungan dengan menjual barang dengan harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan seperti ini nantinya akan meningkatkan keuntungan.”*¹¹

Ketiga, Ibnu Taimiyah. Pada masa Ibnu Taimiyah masyarakat memiliki anggapan bahwa harga mengalami peningkatan dikarenakan adanya ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual dan mungkin akibat dari manipulasi pasar. Dengan adanya anggapan tersebut dari masyarakat, kemudian Ibnu Taimiyah membantahnya dan dengan tegas dia menyatakan bahwa harga dipengaruhi pada kekuatan permintaan serta penawaran. Lalu, dia menyatakan bahwa naik serta turunnya harga tidak terus disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya

¹⁰Adiwarman R. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafinfo Persada), h. 19.

¹¹*Ibid.*, h. 19.

perubahan penawaran serta permintaan. Jika semua transaksi sesuai, maka kenaikan harga yang terjadi itu artinya kehendak dari Allah SWT. Ibnu Taimiyah menolak peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif.¹²

Keempat, Ibnu Khaldun. Pada bukunya yang berjudul "Harga-harga di kota" Ibnu Khaldun membagi barang menjadi dua jenis yaitu kebutuhan utama dan barang pelengkap. Menurutnya Supply bahan utama pada kota besar memiliki prosentasi yang tinggi daripada supply bahan pokok di kota kecil. berdasarkan Ibnu Khaldun pula penduduk kota besar memiliki supply bahan pokok yang melebihi kebutuhannya sehingga harga bahan pokok di kota besar cukup lebih murah begitupun sebaliknya yang terjadi di kota kecil supply bahan makan lebih sedikit dikarenakan mereka takut kehabisan makanan sehingga relatif menjadi lebih mahal.

Ibnu Khaldun menerangkan pengaruh tinggi dan rendahnya penawaran terhadap harga, ia mengatakan "*Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan cenderung naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, dan harga-harga akan cenderung turun.*"

Sebagaimana yang dimaksud Ibnu Taimiyah, Ibnu Khaldun juga mengatakan kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu kestabilan harga.

Prinsip-prinsip konsep mekanisme pasar dalam islam, sebagai berikut:

Pertama, Ar-Ridha yaitu semua transaksi haruslah dilaksanakan atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak.

¹²Supriadi Muslimin, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics...*, h. 9.

Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ¹³

*"Wahai orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil kecuali dengan cara perniagaan yang diketahui dengan seksama dan dilandasi rasa suka sama suka diantara kamu."*¹⁴

Kedua, Dari persaingan yang sehat, Mekanisme pasar terhambat apabila terjadinya (*ihtikar*) atau monopoli. Melakukan monopoli barang akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

Ketiga, Kejujuran. Kejujuran merupakan suatu pedoman hidup yang paling penting dalam Islam, dikarenakan kejujuran adalah arti lain dari kebenaran itu sendiri. Islam juga melarang tegas perilaku bohong, membohongi, menipu dengan bentuk apapun. Karena, nilai kebenaran akan berdampak langsung pada para pihak yang terlibat transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

Keempat, Transparansi beserta keadilan. Pelaksanaan prinsip tadi adalah transaksi yang dilakukan untuk berlaku *sahih* pada pengungkapan kehendak serta keadaan sesungguhnya. Tujuan penetapan harga, hegemoni.

Sejatinya pada penetapan harga pun perlu adanya pertimbangan harga dan keuntungan yang wajar. Seperti pada kitab *al-Uqud al-Musammah fi al-Fiqh al-Islami: 'Aqad al-Bai'* yakni adalah karya Musthafa Ahmad al-Zarqa menjelaskan mengenai konsep jual-beli Musawamah untuk dasar yang digunakan sebagai pengambilan keuntungan.

¹³Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Surat An-Nisa ayat 29*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/4/29>

¹⁴*Ibid.*

Pengambilan keuntungan memiliki dasar yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:¹⁵

Pertama, Dengan tidak memberikan harga perolehan (harga saat belanja). keuntungan jual beli yang tidak mengharuskan memperhatikan harga perolehan bisa dianggap menggunakan jual beli Musawamah (tawar-menawar).

Kedua, Dengan mempertimbangkan harga perolehan (harga barang ketika belanja). Keuntungan jual beli yang harus memperhatikan harga perolehan (Harga barang waktu belanja) itu disebut dengan jual beli jujur (adanya transparansi kapital). Jual beli jujur bisa menyebabkan tiga kemungkinan, yaitu rugi (*ba'i al-wadhi'ah*), untung (*ba'i al-murabahah*), atau tidak laba dan tidak rugi (*ba'i al-tawliyah*).

Tujuan Penetapan Harga

Harga dalam perekonomian adalah unsur pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan. Tujuan untuk mempertimbangkan nilai produk yang telah diolah oleh pengusaha. Tinggi rendahnya jumlah pemasaran dengan margin yang didapatkan perusahaan terkait dengan produknya. Teori harga ada untuk menerangkan terkait harga barang pada pasar. Nilai suatu barang ditentukan oleh tingginya permintaan serta negosiasi atas barang yang dijual, sedangkan permintaan dan negosiasi mengenai suatu barang ditentukan dengan banyaknya unsur. Dari banyaknya permintaan dan penawaran itu akan menentukan nilai.¹⁶

Penetapan harga memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan penetapan harga menurut kasmir antara lain:¹⁷

¹⁵Musthafa Ahmad al-Zarqa, *al-Uqud al-Musammah fi al-Fiqh al-Islami: 'Aqad al-Bai'*, (Damaskus: Dar al-Qalam, 1999), h. 84-87.

¹⁶Supriadi Muslimin, *Al-Azhar Journal Islamic Economics...*, h. 4.

¹⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2003), h. 202.

Pertama, Tertuju pada laba. Kebanyakan konsep perniagaan klasik mempunyai paham seluruh industri menentukan nilai yg bisa mendapatkan keuntungan dengan jumlah yang tinggi, terkait dengan itu yang dianggap menggunakan maksimalisasi harga. Maksimalisasi harga ialah hal yg sangat sulit dicapai, dikarenakan sulit untuk dapat memperkirakan validitas jumlah penjualan yang ingin didapat. Dengan begitu, tidak mungkin suatu perusahaan bisa mengetahui secara sempurna taraf harga yang bisa menghasilkan keuntungan maksimum.

Kedua, Tertuju pada volume. Selain tujuan pada keuntungan, terdapat juga perusahaan yang memutuskan harga-harga sesuai dengan volume tertentu atau yg kerap dikenal menggunakan kata volume pricing objectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa supaya bisa mencapai sasaran volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m³, serta lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, forum pendidikan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik usaha pertunjukan lainnya, dan penyelenggaraan seminar-seminar.

Ketiga, Tertuju pada citra. Image suatu perusahaan dapat dirancang melalui strategi penetapan harga. Perusahaan bisa menetapkan harga tinggi untuk menghasilkan atau mempertahankan *Image prestisius*. Sementara itu harga rendah bisa digunakan untuk menghasilkan gambaran nilai tertentu (*image of value*), contohnya dengan memberikan agunan bahwa harganya ialah harga yang terendah pada suatu daerah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk menaikkan persepsi konsumen terhadap seluruh bauran produk yang ditawarkan industri.

Keempat, Stabilisasi Harga. Pada pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, Jika suatu

perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya wajib menurunkan juga harga mereka. kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga di industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (contohnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan menggunakan jalan memutuskan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan serta harga pemimpin industri (*industry leader*).¹⁸

Metode Penetapan Harga

Ada banyak macam metode yang dipakai dalam penetapan harga dan itu tergantung dengan tujuan apa yang diinginkan. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan cara menambah presentase dari besarnya biaya produksi manufaktur, dan atas modal yang berasal dari barang dagangan untuk perjuangan dagang. Sedangkan pada usaha jasa, penetapan harga umumnya dihitung berasal dari biaya yang dikeluarkan serta energi saat memberikan layanan pada pengguna jasa.¹⁹

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Fandi Tjiptono, penentuan harga menggunakan metode yang dikelompokkan menjadi 4 yaitu, berdasarkan basisnya, yang terdiri dari basis permintaan, laba, biaya, dan persaingan.

Pertama, Penetapan harga berbasis permintaan. Metode tersebut lebih mengedepankan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi selera serta preferensi pelanggan daripada faktor biaya, laba, serta persaingan. Permintaan pelanggan memiliki dasar adanya berbagai pertimbangan yaitu diantaranya : daya beli pelanggan, keinginan pelanggan untuk membeli, posisi

¹⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), h. 153-154.

¹⁹Supriadi Muslimin, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics...*, h. 5.

produk pada gaya hidup pelanggan, manfaat produk di pelanggan, harga produk substitusi, pasar potensial produk, persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum , segmen yang ada di pasar.

Kedua, Penetapan harga berbasis biaya. Konsep tersebut merupakan sebab yang paling awal dalam penentuan harga. Harga ditetapkan sesuai biaya produksi serta pemasaran yang ditambah menggunakan jumlah tertentu sebagai akibatnya dapat menutup biaya langsung, biaya teratas, serta keuntungan.

Ketiga, Penetapan harga berbasis laba. Pada konsep ini, memiliki cara yaitu dengan menyeimbangkan pendapatan dan biaya kedalam penetapan harganya. Upaya tersebut memiliki dasar sasaran volume keuntungan secara khusus dan atau dinyatakan kedalam presentase mengenai penjualan ataupun investasi. Yang termasuk metode penetapan harga berbasis untung merupakan sebagai berikut sasaran penetapan harga keuntungan, sasaran harga penjualan kembali, sasaran harga pengembalian investasi.

Keempat, Penetapan harga berbasis persaingan. Dari ketiga metode yang telah disebutkan diatas, bahwa terkait dengan penetapan harga ini juga memiliki metode berbasis persaingan yang dilakukan oleh para pesaing yang terdiri dari customary pricing, above, at, or below market pricing, loss leader pricing, dan sealed bid pricing.²⁰

Artinya terkait dengan penetapan harga yang dilakukan oleh pengepul terhadap transaksi yang dilakukannya bersama dengan pengrajin jampel, menurut konsep penetapan harga dari ekonomi berarti pengepul salah satunya menggunakan konsep penetapan ekonomi berbasis atau dengan memiliki tujuan untuk kepentingan persaingan. Dikarenakan pengepul memiliki

²⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, h. 157-164.

mindset bahwa jika dia menetapkan harga dengan relatif rendah kepada pengrajin maka pengepul dapat menimbun jampel dengan jumlah yang banyak sehingga ketika pengepul melakukan penjualan kepada pihak ke 3 akan mendapatkan keuntungan yang cukup besar. Dengan mendapatkan laba yang cukup banyak pengepul juga otomatis menggunakan konsep penetapan harga berbasis laba dan berbasis biaya. Karena bagi pengepul sendiri memiliki strategi bahwa dia bisa mendapatkan barang dengan harga yang murah dari pengrajin jampel sehingga dia juga dapat membeli jampel tersebut dengan jumlah yang banyak tanpa membutuhkan biaya yang mahal serta dapat menjualnya lagi dikemudian hari sesuai permintaan yang ada dan menerima untung relatif banyak.

Konsep Penetapan Harga dalam Islam

Ada beberapa pakar fiqh yang berpendapat mengenai penetapan harga antara lain:

Pertama, Abu Yusuf. Abu Yusuf memiliki anggapan bahwa hubungan harga dengan jumlah ini hanya memiliki kesinambungan dengan permintaan. Namun beliau pun juga mengatakan bahwa hal seperti itu kadang bisa terjadi dan kadang bisa juga tidak. Dan beliau juga bilang apabila jumlah persediaan barang menipis maka harga akan menjadi mahal, begitupun sebaliknya jika barang persediaan relatif cukup banyak maka harga akan menjadi lebih murah. Abu Yusuf mengatak seperti itu dengan melihat pada konsep permintaan yakni jumlah barang memiliki pengaruh dengan permintaan, jika persediaan barang melimpah maka harga akan menjadi murah, namun sebaliknya jika barang yang tersedia sedikit dengan jumlah permintaan yang tinggi maka harga akan cenderung menjadi naik atau mahal.

Kedua, Al-Ghazali. Menurut Al-Ghazali sebagai salah satu pakar ekonom islam memiliki paham tentang berubahnya jumlah permintaan “mengurangi keuntungan dengan melakukan penjualan relatif lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan hal seperti ini otomatis akan menimbulkan bertambahnya keuntunga.”

Ketiga, Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah memiliki anggapan bahwa adanya peningkatan harga itu disebabkan adanya peningkatan permintaan dengan tersedianya sedikit persediaan atau adanya perubahan penawaran dan permintaan. Namu disamping anggapan Ibn Taimiyah juga adanya masyarakat yang memiliki anggapan bahwa terjadinya peningkatan harga itu dikarenakan adanya ketidakadilan berasal dari penjual kepada pembeli sehingga melakukan tindakan melanggar hukum yang berasal dari penjual kepada pembeli dan biasanya hal tersebut akibat dari adanya manipulasi pasar.

Islam juga menjelaskan prinsip-prinsip konsep mekanisme pasar dalam islam antara lain:

Pertama, Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

“Wahai orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil kecuali dengan cara perniagaan yang diketahui dengan seksama dan dilandasi rasa suka sama suka diantara kamu.”²¹

Artinya terkait dengan persoalan yang sedang dibahas ini dilarangnya kita sebagai manusia memakan harta sesama kita dengan cara yang bathil, begitu pun berlakukan pada harga yang telah ditetapkan oleh pengepul kepada pengrajin jampel dengan harga yang relatif rendah tanpa melihat tenaga serta

²¹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Surat An-Nisa ayat 29*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/4/29>

jerih payah yang dikeluarkan tidak sebanding dengan keuntungan yang didapatkan.

Kedua, Persaingan yang sehat. Indahnya proses transaksi jual beli dengan mengindahkan persaingan yang sehat. Dengan persaingan yang sehat tanpa melakukan manipulasi pasar akan menciptakan kerukunan dan maslahat antar pelaku usaha sehingga persaudaraan pun saling terjalin dengan baik.

Ketiga, Kejujuran. Dalam melakukan transaksi kita sebagai pelaku usaha seharusnya juga menanamkan sikap dan sifat jujur disetiap kegiatan yang kita lakukan dengan ini tidak adanya rasa saling terugikan diantara kita.

Keempat, Transparansi dan keadilan. Hal ini dilakukan dengan mengatakan keadaan serta kondisi yang sesungguhnya yang kita terapkan dalam kondisi apapun termasuk dalam kegiatan transaksi akan melahirkan suatu tindakan yang **sahih** di mata Allah, dan kita pun mendapatkan kebarokahan disetiap rezeki yang kita dapatkan.

Penutup

Hukum asal harta adalah tidak adanya penetapan harga, dan ini merupakan kesepakatan pakar fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder. Mekanisme penentuan harga dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian dengan *maqashid al-syar'iyah*, yakni mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan diantara manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzia, Ika Yunia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Grup, 2014.
- Hakim, Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Haroen, Nasrun, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasanudin & Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyah "Akad Jual-Beli"*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Karim. Adiwarmarman R, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, t.th.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo persada, 2003.
- Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah Surat An-Nisa ayat 29 dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/4/29>
- Muslimin, Supriadi, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, Gowa: Prodi Ekonomi Syariah, 2020.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cetakan keempat, Hadits Nomor 1314, Jakarta: Robbani Press, 2004.