BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Penentuan Harga

Dalam ekonomi islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Bersumber dari hadist dari muslim, Ahmad, Abu Daud dari Said bin almusyyab dari Ma'mar bin abdullah Al-Adawi bahwa Rasullah bersabda,"Tidaklah orang melakukan ikhtikar itu berdosa". Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan, bahkan mewajibkan, pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain karena. 1

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit Margin*) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- b. Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara ikhtikar atau ghaban faa hisy. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezaliman produsen terhadap konsumen.
- c. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya

¹Adimarwan A Karim (2001), Op Cit,p.132

intervensi harga harus dilakukan secara provesional dengan melihat kenyataan tersebut.

Dalam salah satu bagian dalam bukunya *Fatawa*, ibn Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga.²

- a. Keinginan masyarakat (al-raghbah) atas suatu jenis barang berbedabeda. Keadaan ini sesuai dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta (al- matlub) masyarakat tersebut. Suatu barang sangat diinginkan jika persediaanya sangat sedikit dari pada jika ketersediaanya berlimpah.
- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta (tullab). Jika jumlah suatu jenis barang yang diminta masyarakat meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya, jika jumlah permintaannya menurun.

Harga juga berubah-ubah sesuai dengan (kuantitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (al-mu'awid). Jika ia kaya dan dijamin membayar utang, harga yang rendah bisa diterima darinya, ketimbang yang diterima dari orang lainyang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran serta atau diragukan kemampuan membayarnya.

Harga itu juga dipengaruhi oleh bentuk pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual-beli. Jika yang digunakan umum dipakai (naqd ra'ji). Hargakan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang di peredaran.

-

²AA.Islahi (1997), Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah(Terj), Bina Ilmu, Surabaya. H. 107.

Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa. Pemberi sewa bisa mendapatkan keuntungan kepada penyewa. Namun hal ini kurang berlaku bila barang yang disewakan dalam kondisi yang tidak aman, misalnya tanah yang disewakan disuatu wilayah yang banyak perampoknya, atau diduduki binatang buas. Harga sewa dari tanah dealam kondisi demikian tak sama dengan tanah yang aman.

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang di pakai sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan perusahaan.

Menurut Ricky W. Dan Ronald J. Ebert mengemukakan bahwa: "Penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya".

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah salah satu dari empat bauran pemasaran/marketing mix (4P=product, price, place, promotion/produk, harga, distribusi,promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam suatu moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan

-

³http://ilmumanajemen.wordpress.com/2007/06/15/penetapan-harga-jual/

menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.⁴

Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasaan kepada konsumen.

Boyd, Walker, dan Laurreche dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa:

- " Ada sejumlah cara dalam menetapkan harga,tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situsional.Faktor-faktor itu meliputi :
- 1) Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pemasaran.
- Perluasan produk sedemikian rupa sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
- 3) Biaya dan harga pesaing.
- 4) Ketersediaan dan harga dari produk pengganti.⁵

B. Tujuan Penentuan Harga

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal.

⁴Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, Liberty, Yogyakarta, 1998,H.45

⁵http://ilmumanajemen.wordpress.com/2007/06/15/penetapan-harga-jual/

Akan tetapi keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen.

Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:⁶

a. Untuk Bertahan Hidup

Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

b. Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c. Untuk Memperbesar Market Share

Penentuan harga ini dengan harga murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

d. Mutu Produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

e. Karena Pesaing

⁶Op. Cit, AA.Islahi, hlm.198 et Seqq

Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

C. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga

Setelah mengetahui arah dan tujuan penentuan harga yang sudah ditentukan maka perhatian manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga barang atau jasa, yang ditawarkan. Setiap perusahaan tidak menggunakan prosedur yang sama dalam penentuan harga dimana menurut Stanton bahwa penetapan harga jual meliputi 5 tahap, yaitu:

1. Mengestimasi Permintaan Barang Tersebut

Pada tahap ini seharusnya produsen perlu membuat estimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total. Hal ini untuk lebih memudahkan dilakukan terhadap permintaan barang dibandingkan dengan permintaan barang baru. Pengestimasian tersebut dapat dilakukan dengan jalan:

- **a.** Menentukan harga yang diharapkan (expected price)
- **b.** Mengestimasikan volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

2. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kebijakan penentuan harga tertentu harus memperhatikan kondisi persaingan yang ada di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari :8

⁸*Ibid*, h.277.

⁷Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (jakarta: PT. Raaja Gafindo Persada, 2002), Cet. Ke.-2, h.276

- **a.** Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.
- **b.** Barang pengganti (subsitusi)
- c. Barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

3. Menentukan market share yang dapat diharapkan.

Bagi perusahaan yang ingin bergerak dan maju lebih cepat tentu selalu mengharapkan market share yang lebih besar. Untuk mendapatkan market share yang lebih besar harus ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu. Usaha peningkatan market share yang diharapkan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspensi dan mudahnya memasuki persaingan.

4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar

Ada beberapa strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu:

- **a.** *Skim the cream pricing* (penetapan harga penyaringan)
 - Merupakan penetapan harga yang setinggi-tingginya, maksudnya untuk menutupi biaya penelitian, pengembangan dan promosi.
 - Strategi ini sesuai untuk barang baru sebab: pada tahap permulaan harga masih sangat elastis karena persaingan belum banyak.
 - Dapat membagi pasar berdasarkan tingkat penghasilan yaitu menjual barang baru pada segmen berpenghasilan tinggi.

- Dapat berfungsi untuk berjaga-jaga terhadap kekeliruan penetapan harga.
- Dapat menghasilkan laba yang tinggi.
- Harga tinggi dapat membatasi permintaan sesuai dengan kapasitas perusahaan.

b. Penetration pricing (penetapan harga penetrasi)

Merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu singkat.

5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Faktor lainnya harus mempertimbangkan dalam penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat barang, sistem distribusi dan program promosinya.

Menurut Philip Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh marius mengatakan bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan dan menetapkan harga yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.⁹

D. Metode Penetapan Harga

Di dalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan, tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di

⁹*Ibid*, h.280

atas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan di atas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa.

Metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya laba, dan persaingan.

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan dari faktor-faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu: kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk-produk substutusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non-harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen dalam pasar. ¹⁰

b. Metode penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah

 $^{^{10}\}mbox{Fandy Tjiptono},$ $\it Strategi Pemasaran,$ (Yogyakarta: CV : Andi Affset, 2008), Ed 3, H.160

tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasrkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat diterapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.¹¹

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal

- a. Faktor internal perusahaan yang meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya dan organisasi.
- Faktor lingkungan eksternal yang meliputi sifat pasar dan permintaan,
 persaingan, dan lingkungan eksternal lainnya.

Kesalahan-kesalahan umum dalam penetapan harga dapat terjadi karena penetapan harga terlalu berorientasi pada biaya, harga tidak cukup direvisi untuk merefleksikan perubahan pasar, penetapan harga yang tidak memperhitungkan elemen bauran pemasaran lainnya, dan harga

¹¹*Ibid*. H. 166

¹²*Ibid.* h. 155

yang tidak bervariasi untuk produk-produk, segmen pasar dan bertujuan pembelian yang berbeda.

c. Penetapan Harga Dalam Islam

1. Penetapan Harga Pada Ketidaksempurnaan Pasar

Berbeda dengan kondisi musim kekeringan dan perang, Ibnu Taimiyah merekomendasikan penetapan harga oleh pemerintah ketika terjadi ketidaksempurnaan memasuki pasar. Misalnya, jika para penjual menolak untuk menjual barang dagangan mereka kecuali jika harganya mahal dari pada harga normal (al-qimah alma'rifah) dan pada saat yang sama penduduk sangat membutuhkan barang-barang tersebut. Maka mereka diharuskan menjualnya pada tingkat harga yang contoh sangat nyata dari setara, ketidaksempurnaan adanya monopoli pasar adalah dalam perdagangan makanan dan barang-barang serupa. Dalam kasus seperti itu, otoritas harus menetapkan harganya untuk penjualan dan pembelian mereka. Pemegang monopoli tak boleh dibiarkan bebas melaksanakan kekuasaannya. Sebaliknya otoritas harus menetapkan harga yang disukainya, sehingga melawan ketidakadilan terhadap penduduk.¹³

Dalam poin ini, Ibnu Taimiyah menggambarkan prinsip dasar untuk membongkar ketidaadilan: "jika penghapusan seluruh ketidakadilan tak mungkin dilakukan, seseorang wajib mengemilinasinya sejauh ia bisa melakukannya". Itu sebabnya,

¹³Zainal Arifin dan Dahlia Husein, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (Gema Insani pers, Jakarta,1999).h.67

jika monopoli tidak dapat dicegah, tak bisa dibiarkan begitu saja merugikan orang lain, sebab itu regulasi harga tak lagi dianggap cukup. Di abad pertengahan, umat Islam sangat menentang praktek menimbun barang dan monopoli, Ibnu Taimiyah juga membolehkan pembeli untuk membeli barang dari pelaku monopoli sebab jika itu dilarang, penduduk akan semakin menderita.

2. Musyawarah untuk Menetapkan Harga

Dalam hubungannya dengan masalah musyawarah penetapan harga, Ibnu Taimiyah menjelaskan sebuah metode yang menunjukkan pendahulunya Ibnu Habib, menurutnya imam (kepala pemerintah harus menjalankan musyawarah dengan para tokoh perwakilan dari para wujuh ahl al-suq). Pihak lain juga diterima hadir dalam musyawarah karena mereka harus juga dimintai keterangannya. Setelah melakukan perundingan penyelidikan tentang pelaksanaan jual dan pemerintah harus secara persuasif menawarkan ketetapan harga yang didukung oleh peserta musyawarah. Jadi, keseluruhannya harus bersepakat tentang hal ini, harga itu tidak boleh ditetapkan tanpa persetujuan dan izin mereka.

3. Penetapan harga dalam faktor pasar

Dari Imam Jalaludin As-Suyuti berpendapat, bahwasannya ketika labours dan owners menolak membelanjakan tenaga, material,

modal dan jasa untuk produksi kecuali dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga pasar wajar, pemerintah boleh menetapkan harga pada tingkat harga yang adil dan memaksa mereka untuk menjual faktor-faktor produksinya pada harga wajar.

E. Dasar Hukum Penetapan Harga

(HR. Al- khomsah kecuali an-Nasa'i dan dishahihkan oleh Ibnu Hibban)

Hadits tersebut mengandung pengertian mengenai keharaman penetapan harga (termasuk upah dalam transaksi persewaan atau perburuhan) walau dalam keadaan harga-harga sedang naik, karena jika harga ditentukan murah akan dapat menyulitkan pihak penjual. Sebaliknya, menyulitkan pihak pembeli jika harga ditentukan mahal. Sementara penyebutan darah dan harta pada hadist tersebut diats hanya merupakan kiasan.

Selain itu, karena harga suatu barang adalah hak pihak yang bertransaksi maka kepadanya merekalah diserahkan fluktuasinya. Karenanya, imam atau penguasa tidak layak untuk mencampuri haknya kecuali jika terkait dengan keadaan bahaya terhadap masyarakat umum.

1. Penetapan harga menurut ekonomi salaf

Ibnu qudamah menganalisis bahwa penetapan harga juga mengindasikan pengawasan atas harga tak menguntungkan. Ia berpendapat bahwa penetapan harga akan mendorong harga menjadi lebih mahal. Sebab jika pandangan dari luar mendengar adanya kebijakan pengawasan harga, mereka tak akan mau membawa barang dagangannya di luar harga yang dia inginkan.

Para pedagang lokal yang memiliki barang dagangan, akan menyembunyikan barang dagangan. Para konsumen yang membutuhkan akan meminta barang-barang dagangan dan membuatkan permintaan mereka tak bisa dipuaskan, karena harganya meningkat. Harga meningkat dan kedua pihak menderita. Para penjual akan menderita karena dibatasi dari menjual barang dagangan mereka dan para pembeli menderita karena keinginan mereka tidak bisa dipenuhi. Inilah alasanya kenapa hal itu dilarang. 14

Ibnu Taimiyah menguji pendapat-pendapat dari keempat mazhab itu, juga pendapat beberapa ahli fiqih, sebelum memberikan pendapatannya tentang masalah itu. Menurutnya "kontroversi antar para ulama berkisar dua poin: pertama, jika terjadi harga yang tinggi di pasaran dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada harga sebenarnya, perbuatan mereka itu menurut mazhab Maliki harus dihentikan. Tetapi, bila para penjual mau menjual dibawah harga semestinya, dua macam pendapat dilaporkan dari dua pihak. Menurut Syafi'i dan penganut Ahmad bin Hanbal, seperti Abu Hafzal-Akbari, Qadi Abu ya'la dan lainnya, mereka tetap menentang berbagai campur tangan terhadap keadaan itu.¹⁵

2. Penetapan harga ekonomi modern

¹⁴Abdul Munnan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam,* (PT. Dana Bhakti Waqaf,

Yogyakarta, 1997).h.59

¹⁵*Ibid.* h.587

Secara teoritis, tidak ada perbedaan signifikan antara perekonomian klasik dengan modern. Teori harga secara mendasar sama, yakni bahwa harga wajar atau harga keseimbangan diperoleh oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran (suplai) dalam suatu persaingan sempurna, hanya saja dalam perekonomian modern teori dasar ini berkembang menjadi kompleks karena adanya diversifikasi pelaku produk, mekanisme pasar, perdagangan, instrumen, maupun perilakunya, yang mengakibatkan terjadinya distorsi pasar.

F. Mekanisme Penentuan Harga Jual Oleh Pandangan Ekonomi Islam

1. Mekanisme Penentuan Harga Jual Menurut Ulama Islam

a. Mekanisme Penentuan Harga Jual Menurut Abu Yusuf

"Tidak ada batasan tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak di sebabkan oleh kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Terkadang makanan berlimpah tetapi tetap mahal, dan terkadang makan sangat sedikit tetapi murah. "Pertanyaan ini menmbantah kesan masyarakat kala itu bahwa penawaran bukanlah satu-satumya faktor penentu harga. Beliau mengungkapkan ada berbagai faktor lain yang terkait dalam mempengaruhi tingkat harga.

Faktor lain ini sedikit tersingkap dalam pandangan Ghozali di beberapa paragraf dalam tulisannya: " Jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah". (Al-Ihya')

Disini Ghozali, mengakui adanya faktor permintaan yang mempengaruhi terhadap harga selain faktor produksi. Al-Ghozali juga memahami konsep elastisitas permintaan dalam tulisannya: "Mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan."

Bahkan ia telah pula mengidentifikasi produk makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang inelastic. "Karena makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi melalui pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini dicari dari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok."

b. Mekanisme Penetuan Harga Jual Menurut Ibnu Taimiyah

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh yusuf Qardhawi: "Penentuan harga mempunyai dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang haram. Tas'ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan". Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhoi, maka tindakan ini tidak dibenarkan dalam agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti

menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menurut Ibn Taimiyah, bahwa harga di pasar ditentukan oleh kekuatan-kekuatan yang disebut sebagai Permintaan dan Penawaran. Ia mengatakan "Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah suplai yang menurun akibat produksi yang tidak efisien. Penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karna itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu juga sebaliknya, jika persediaan barang naik dan permintaannya menurun, harganya akan turun, kelangkaan atau kelimpahan barang dapat disebabkan oleh tindakan yang tidak adil". ¹⁶

Pernyataan Ibn Taimiyah di atas menunjukkan bahwa suatu pandangan yang banyak dianut pada zamannya mengatakan bahwa naiknya harga yang disebabkan oleh perbuatan yang merusak atau penyimpangan di pihak penjual. Kata asli yang Ia gunakan adalah *al-Zulm*yang berarti pelanggaran hukum atau tindakan yang merusak, yaitu manipulasi yang dilakukkan oleh para penjuallah yang membawa kepada ketidaksempurnaan di dalam pasar. Menurut Ibn Taimiyah hal ini tidak selalu benar. Karena keinginan manusia yang mencerminkan kebutuhannya atau seleranya, merupakan sebuah determinan penting dalam tingginya permintaan dan hal ini akan menyebabkan kenaikan harga. 17

¹⁶Ibn Taimiyah, *Majmu'ah al-fatawa*, (Beirut:Dar al-Fikr, juz VIII, 1387 H).h. 583

¹⁷A.A Islahi, Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah, op.cit, h.89

Ibn Taimiyah menyebutkan dua sumber penawaran, yaitu produksi lokal dan impor barang-barang kebutuhan yang diminta (demand). ¹⁸Sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Permintaan atau keinginan dan kebutuhan individu punya peranan penting dalam penentuan harga. Begitu juga dengan penawaran, baik yang berasal dari produksi lokal maupun impor. Untuk mengisi permintaan individu, masyarakat serta menciptakan efisiensi produksi. Ibn Taimiyah menekankan tentang wajibnya keja bagi setiap individu sesuai dengan keahliannya serta mendapatkan upah yang pantas untuk menuju harga yang sesuai dipasar. ¹⁹

Ibn Taimiyah mengemukakan beberapa faktor permintaan yang berkorelasi dengan harga, yaitu :

- a. Keinginan konsumen (al-Raghbah) terhadap jenis barang sering berbeda-beda dan beranekaragam. Keinginan tersebut karena melimpah ruahnya jenis barang-barang yang ada atau perubahan yang terjadi karena kelangkaan barang yang diminta (al-Matlub). Sebuah barang sangat diinginkan jika ketersediaannya berlimpah, dan tentu akan berpengaruh terhadap naiknya harga.
- b. Perubahan harga juga tergantung pada jumlah para konsumen (tullab). Jika jumlah para konsumen suatu jenis komoditi banyak maka harga akan naik dan terjadi sebaliknya harga akan turun jika jumlah permintaan kecil.
- c. Harga akan dipengaruhi juga oleh menguatnya atau melemahnya tingkat kebutuhan akan suatu barang, karena meluasnya jumlah dan

¹⁸ Ibid

¹⁹Ibn Taimiyah, *al-Hisbah Fil al-Islam*, (kairo:al Jami'ah al Islamiyah, 1976),h.29

ukuran dari kebutuhan, bagaimanapun besar atau kecilnya. Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi daripada jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau melemah.

- d. Harga juga berubah-ubah sesuai dengan siapa penukaran itu dilakukan (kualitas pelanggan). Jika ia kaya dan dijamin membayar hutang, harga yang rendah bisa diterima olehnya, dibandingkan dengan orang lain yang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran atau diragukan kemampuan membayarnya.
- e. Harga itu juga dipengaruhi oleh alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan umum dipakai, harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang akan diperedaran.
- f. Suatu objek penjualan (barang) dalam suatu waktu tersedia secara fisik dan pada waktu lain terkadang tidak tersedia. Jika objek penjualan tersedia, harga akan lebih murah ketimbang jika tidak tersedia. Kondisi yang sama juga berlaku pada kondisi pembeli yang sesekali mampu membayar kontan karna mempunyaiuang, tetapi sesekali ia tak memiliki dan ingin menangguhkannya agar bisa membayar, maka harga yang diberikan pada pembayaran kontan tentunya akan lebih murah dibanding sebaliknya.

1. Regulasi Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Penetapan (regulasi) harga dikenal dalam dunia fiqih dengan istilah tas'ir yang berarti, menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan dimana tidak mendzalimi pemilik barang dan pembelinya.²⁰

Dalam konsep ekonomi islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatankekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, dalam artian tidak ada pihak yang terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lainnya. Dalam hal harga, paraahli fiqh merumuskannya sebagai the price of the equivalent (tsamanul mitsly). Perbedaan pandangan tentang regulasi harga bersumber pada perbedaan penafsiran terhadap hadits nabi yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik. Dia berkata: "harga mahal pada zaman rasullah saw, maka para sahabat berkata: wahai Rasullah, harga mahal, maka tentukanlah harga untuk kita, maka beliau bersabda: Sesungguhnya lah adalah penentu harga , penahan, pencurah, pemberi rizki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku di mana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal arah dan harta. (ibnu Majah, abu dawud)

Ibnu Qudamah:" Didalamnya menunjukkan penentuan harga adalah mudzalim. Dan jika zhalim maka haram."(Aunul Ma'bud).

Ibnu Qudamah: memberikan dua alasan tidak diperkenankannya tas'ir:

 $^{^{20}\}mbox{http://hafidalbadar.blog.uns.ac.id/2009/06/04/mekanisme-pasar-dan-regulasi-hargamenurut-ibnu-taimiyah/}$

- a. Rasullah tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkan hal itu.
- b. Regulasi harga adalah sebuah ketidakadilan yang tidak dilarang. Hal ini melibatkan hak milik seseorang, didalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada harga berapapun, asal ia bersepakat dengan pembelinya.

Asy-Syaukani berkata:

"Dan Sesungguhnya manusia berkuasa atas harga mereka, maka tas'ir adalah pembeatasan bagi mereka. Imam dituntut untuk menjaga maslahat muslimin. Memperhatikan maslahat penjua dengan harga tinggi. Dan jika kedua perkara ini bertemu haruslah diserahkan kepada ijtihad mereka masing-masing."

Adapun mewajibkan pemilik barang untuk menjual pada harga yang tidak ia ridhoi adalah bertentangan dengan firman Allah surat Annisa 9:

Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.

Islam menganjurkan penggunaan mekanisme pasar dan menghindari penetapan harga yang tidak perlu oleh pemerintah, bisa diikuti dari hadist yang diriwayatkan oleh Anas sebagai berikut: "orang-orang berkata: ya Rasullah, harga-harga melonjak tinggi, maka tentukanlah harga bagi kami."

Apa jawaban Muhammad atas permintaan umatnya mematok harga tersebut? Nabi menjawab "Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga dan menahan rezeki kepada yang di kehendaki-Nya, serta memberikan rezeki kepada yang disukai-Nya". (dalam versi lain ditulis Pemberi Rezeki). Kemudian Nabi Muhammad melanjutkan: "Adapun saya, hanya mengharap semoga ketika aku bertemu dengan Allah, tidak ada seorang pun dari kalian yang meminta tanggung jawabku atas kezaliman dalam masalah harta dan darah (akibat) perbuatan di dunia seperti menetapkan harga ini."

hadits diatas menunjukkan bahwa islam menganjurkan agar harga berbagai macam barang dan jasa harus diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam ajaran islam pemerintah tidak dibenarkanmemihak kepada pembeli dengan mematok harga yang lebih rendah (seperti menerapkan kebijaksanaan *celling price*) atau memihak kepada penjual dengan mematok harga yang lebih tinggi (seperti menerapkan kebijakan *floor price*)²¹

walaupun Islam telah menganjurkan penggunaan mekanisme pasar jauh sebelum Adam Smith menulis *The Wealth Of Nation* tahun 1776, tetapi harus diketahui bahwa adakalanya pemerintah boleh menggunakan kebijakan

²¹Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: PT. RajaGavindo Persada, 2005),h.44

penetapan harga dalam kondisi-kondisi khusu, terutama jika kebajikan itu dipandang lebih adil. Menurut Ibnu Taimiyah dalam buku *Al-Hisbah*: " Ta'sir ada yang zalim itulah yang diharamkan, dan ada pula yang adil itulah yang diperbolehkan."

Yang menjadi pertanyaan, kapan ketidakadilan terjadi di pasar ? ketidakadilan bisa terjadi jika ada praktek monopoli, atau ada pihak-pihak yang mempermainkan harga, atau ada cengkraman dari pengusaha bermodal kuat terhadap yang kecil dan lemah. Jika pasar tidak berlaku sempurna (mengalami distorsi) atau dipermainkan oleh pedagang-pedagang bermodal kuat yang hanya mengutamakan laba semata tanpa peduli terhadap kesejahteraan dan kepentingan orang lain, maka baru pemerintahan boleh melakukan kontrol dan menetapkan harga. Tetapi tanpa alasan yang jelas, penetapan harga adalah suatu yang haram dilakukan sesuai hukum Islam.

Dalam kondisi normal, semua ulama sepakat akan haramnya melakukan tas'ir, namun dalam kondisi ketidakadilan terdapat perbedaan pandangan ulama. Imam Malik dan sebagian ayafiiyah memperbolehkan tas'ir dalam keadaan ghola'. Kontroversi antara para ulama berkisar dua poin: pertama. Jika terjadi harga yang tinggi di pasaran dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi ketimbang harga yang sebenarnya, menurut madzhabmaliki harus dihentikan. Tetapi, bila para penjual mau menjual dibawah harga pasar (ceiling price), dua macam pendapat: menurut syafi'i atau penganut Ahmad bin Hanbal mereka tetap menentang berbagai campur

²²Ibid, h. 45

tangan pemerintah." Poin kedua, adalah penetapan harga maksimum pada kondisi normal, ini bertentangan dengan pendapat mayoritas ulama.

G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Ibn Taimiyah mengemukakan alasan-alasan dan faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi harga (naik turunnya harga) di pasar. Sehubungan dengan ini, ia pun selalu menghubungkan dengan kekuatan-kekuatan pasar serta peranan permintaan dan penawaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu adalah:

1. Faktor kezaliman (al-Zulm)

Menurut Ibn Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil (al-Zulm)dari sebagian orang terlibat transaksi.²³ Menurutnya tindakan ini biasanya muncul dari seseorang yang sangat mementingkan diri sendiri dan tidak mau berlaku adil. Karena keadilan menghendaki agar jangan terlalu mementingkan diri sendiri terhadap siapapun, kecuali bila bertindak secara adil. Menurut Ibn Taimiyah pedagang harus berprinsip tidak terlalu mementingkan keuntungan yang berlawanan dengan keadilan, sebab tindakan mencari keuntungan secara tidak adil berarti melakukan pelanggaran terhadap orang lain.²⁴

Kenaikan harga yang tidak wajar atau yang disebabkan oleh perbuatan yang merusak atau mal praktek di pihak penjual menurut Ibn Taimiyah disebut sebagai perbuatan zalim.²⁵ Disini kata *al-Zulm*tersebut digunakan

²³Ibn Taimiyah, *Majmu'ah al-Fatawa*, op.cit, h.583

²⁴Ibid ²⁵Ibid

dalam arti para penjual mengadakan kenaikan-kenaikan harga yang tidak wajar dan membawa kepada kesengsaraan masyarakat. Sehubungan dengan ini, perbuatan zalim sangat mempengaruhi harga di pasar, dan tidak dibenarkan agama karena merupakan tindakan melanggar hukum.

Ibn Taimiyah juga menggunakan kata al-Zulmdalam arti manipulasi yang dilakukan oleh penjual yang membawa kepada ketidakseimbangan di dalam pasar seperti penimbunan (al-ikhtikar). Faktor ini menurutnya berhubungan erat dengan sistem permintaan dan penawaran. ²⁶ Jika permintaan dan persediaan melimpah harga akan normal, sedangkan bila permintaan tinggi dan persediaan berkurang harga akan tinggi. Bahkan menurut Ibn Taimiyah, bila kepentingan masyarakat mendesak, pemilik suatu barang dapat dipaksa untuk menjual barangnya dengan harga yang pantas, seperti apabila masyarakat kekurangan makanan.²⁷

2. Produksi Lokal dan Impor barang-barang

Menurut Ibn Taimiyah produksi lokal dan impor barang-barang kebutuhan sangat mempengaruhi harga di pasar-pasar.²⁸ Produksi lokal dan impor merupakan sarana untuk pemenuhan permintaan pasar. Biaya produksi dan impor merupakan sarana untuk pemenuhan permintaan pasar. Biaya produksi dan impor harus dipertimbangkan dalam penentuan harga barangbarang di pasar. Semakin tinggi biaya produksi, maka akan semakin tinggi pula harga barang yang didistribusikan, begitu pula dengan barang-barang impor.

²⁷lbn Taimiyah, *al-Hisbah Fil al-Islam,* op.cit, h.37. ²⁸*lbid*

Untuk mengatasi barang-barang yang berada dalam permintaan, khususnya barang-barang kebutuhan sehari-hari, Ibn Taimiyah menyebutkan bahwa "penguasa dapat memaksa para produsen untuk menghasilkan barangbarang yang menjadi kebutuhan masyarakat dengan menentukan upah atau keuntungan yang pantas, begitu juga orang yang memberi jasa para pekerja, ia tidak boleh mengurangi hak mereka, dilain pihak para pekerja tidak dibenarkan menuntut upah yang terlalu tinggi".²⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pandangan Ibn Taimiyah mengenai pengaruh produksi dan impor terhadap harga tetap ada, dan konsep pendukungnya ialah keuntungan yang wajar atau layak.

3. Pertumbuhan Jumlah Penduduk

Ibn Taimiyah menggabungkan pertumbuhan jumlah penduduk dengan penurunan komoditi, menurutnya hal itu sangat berpengaruh sekali terhadap harga, karena saling terkait antara satu dengan yang lain. Ia mengatakan "Jika orang menjual barangnya menurut cara yang umum diterima tanpa ada kezaliman para pihak dan harga naik karena turunnya komoditi (qillat al-Syai')atau karena naiknya jumlah penduduk, maka ini sudah ketentuan oleh Allah SWT".

Dari uraian diatas Ibn Taimiyah memberikan alasan-alasan untuk naiknya harga, baik disebabkan oleh penurunan dalam komodoti atau karena naiknya jumlah penduduk. Penurunan komoditi dapat diartikan secara tepat sebagai penurunan dalam penawaran. Dan peningkatan dalam jumlah penduduk lebih mungkin mengakibatkan peningkatan dalam permintaan.

.

²⁹*Ibid.*h.29

Naiknya harga karena penurunan dalam penawaran atau peningkatan dalam permintaan, digolongkan sebagai sebuah tindakan Allah SWT. Ibn Taimiyah juga berpendapat jika penurunan dalam penawaran mengikuti suatu peningkatan dalam permintaan, akan terjadi kenaikan harga. Sama juga halnya jika sebuah peningkatan dalam penawaran diikuti penurunan dalam permintaan, penurunan harga yang terjadi akan lebih besar.