

**BAB III**  
**PENETAPAN HARGA BARANG DI PASAR DALAM KONSEP**  
**EKONOMI ISLAM**

**A. Pengertian Jual Beli**

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual” dan “beli”, yang mempunyai arti bertolak belakang. Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual, sedangkan kata beli menunjukkan adanya perbuatan membeli. Perbuatan jual beli menunjukkan adanya perbuatan dalam satu peristiwa yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli, maka dalam hal ini terjadilah hukum jual beli<sup>1</sup>.

Jual beli dalam istilah ahli fiqih disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-ba'i* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *asy-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-ba'i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli<sup>2</sup>. Dari sumber yang lain menyebutkan bahwa pengertian jual beli adalah pemberian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan tanggung jawab penerimaan (*ijab-qabul*) dengan cara yang diijinkan<sup>3</sup>. Sedangkan

---

<sup>1</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), Cet. I, h. 128.

<sup>2</sup> Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 111.

<sup>3</sup> Abdul Fatah Idris, Abu Ahmadi, *Kifayatul Ahyar (Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1988), h. 132.

menurut istilah syara', jual beli adalah menukar harta harta menurut cara-cara tertentu<sup>4</sup>.

Pengertian jual beli menurut bahasa adalah menukarkan sesuatu dengan sesuatu<sup>5</sup>. Sumber yang lain menyebutkan bahwa pengertian menjual adalah memberikan sesuatu karena ada pemberian (imbalan yang tertentu)<sup>6</sup>. Menurut Sayid Sabiq, jual beli adalah saling menukar. Kata *al-ba'i* (jual) dan *al-syira'* (beli) dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama. Kata ini masing-masing mempunyai makna dua, makna satu dengan yang lainnya bertolak belakang<sup>7</sup>. Sedangkan menurut Hamzah Ya'qub menjelaskan bahwa pengertian jual beli menurut bahasa yaitu menukar sesuatu dengan sesuatu<sup>8</sup>. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa jual beli adalah proses tukar menukar barang oleh seseorang (penjual) dengan seseorang yang lain (pembeli), yang dilakukan dengan cara-cara tertentu yang menyatakan kepemilikan untuk selamanya dan didasari atas saling merelakan tidak ada unsur keterpaksaan atau pemaksaan pada keduanya.

---

<sup>4</sup> Idris Ahmad, *Fiqih Menurut Mazhab Syafi'i*, (Jakarta: Widjaya, 1969), h. 5.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Abdul Fatah Idris, Abu Ahmadi, *op.cit.*, h. 132.

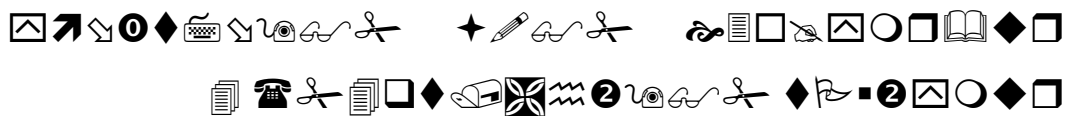
<sup>7</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah (terj)*, Alih Bahasa Kamaluddin A. Marzuki, Jilid. XII, (Bandung : Al-Ma'arif), h. 47.

<sup>8</sup> Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, (Bandung: Diponegoro, 1992), Cet. II, h. 18.

Jual beli merupakan usaha yang baik untuk mencari rizki yang halal. Dalam kehidupan manusia, jual beli merupakan kebutuhan yang mendasar dan sangat penting. Manusia tidak dapat hidup tanpa adanya kegiatan jual beli, disamping itu juga sebagai sarana tolong menolong antara sesama manusia yang mempunyai landasan kuat dalam Islam.

Adapun yang menjadi dasar landasan hukum disyari'atkannya jual beli adalah sebagai berikut:

#### 1. Landasan Al-Qur n:



Artinya : “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (QS. Al-Baqarah : 275)<sup>9</sup>.



Artinya : “Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli”. (QS. al-Baqarah : 282)<sup>10</sup>

#### 2. Landasan As-Sunnah:

الدَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ  
مِثْلًا بِمِثْلِ سِوَاءٍ بِسِوَاءٍ يَدًّا بِيَدٍ فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ

Artinya : Emas ditukar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, garam dengan garam, sama beratnya dan langsung diserahkan. Apabila berlainan

<sup>9</sup> Kemenag, *Al-quran dan Terjemahan New Cordova*, (Bandung: Syaamil Qur n, 2012), h.

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 49

*jenis, maka juallah sesuka kalian namun harus langsung diserahkan/secara kontan”(H.R Muslim)*

### 3. Landasan Ijma’

Menurut landasan Ijma’, para ulama’ telah bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya sendiri, tanpa bantuan orang lain. Dengan demikian, barang milik orang lain yang dibutuhkannya tersebut, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai<sup>11</sup>. Dari kandungan ayat-ayat dan hadits-hadits yang dikemukakan di atas sebagai dasar jual beli, para ulama’ fiqih mengambil kesimpulan bahwa jual beli itu hukumnya mubah (boleh). Namun, menurut Imam Asy-Syatibi (ahli fiqih madzab Imam Malik), hukumnya bisa berubah menjadi wajib dalam situasi tertentu. Sebagai contoh dikemukakannya, bila suatu waktu terjadi praktek *ihtikar* ( ) yaitu penimbunan barang, sehingga persediaan (stok) hilang dari pasar dan harga melonjak naik, maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang-barang sesuai dengan harga pasar sebelum terjadi pelonjakan harga barang itu. Para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah di dalam menentukan harga di pasaran<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 75

<sup>12</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 117.

## B. Teori Harga

### 1. Pengertian Harga

Harga dalam bahasa Arab *tsaman* dan *price* dalam bahasa Inggris yang artinya harga. Harga selalu dihubungkan dengan besarnya jumlah uang yang mesti dibayar sebagai nilai beli pengganti terhadap barang dan jasa. Secara etimologi, harga diartikan sebagai nilai banding atau tukar suatu komoditi.<sup>13</sup> Sedangkan secara terminologi yang dimaksud dengan harga adalah sebagaimana yang didefinisikan oleh Philip Kotler, harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.<sup>14</sup>

Bukhari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan. *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*sadsfaction*). Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan

---

<sup>13</sup> Peter Salim, Yenni Salim. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Modern English Press, 1991), h. 508.

<sup>14</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2005), Edisi kesebelas, Jilid 2, h. 139.

uang<sup>15</sup>. Menurut Basu Swastha dan Irawan harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya<sup>16</sup>.

Dapat dipahami dari pengertian di atas, bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah terkandung di dalamnya jasa pelayanan yang diberikan oleh penjual. Menurut pakar ekonomi Islam Rahmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua pihak yang berakad.<sup>17</sup>

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dan kesepakatan tersebut diridoi oleh kedua belah pihak.

## 2. Dasar Hukum Harga

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah SAW pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, "Ya Rasulullah SAW tetapkan harga demi kami." Rasulullah SAW menjawab :

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ

يَطْلُبُنِي يَمْظِلِمَةً فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

---

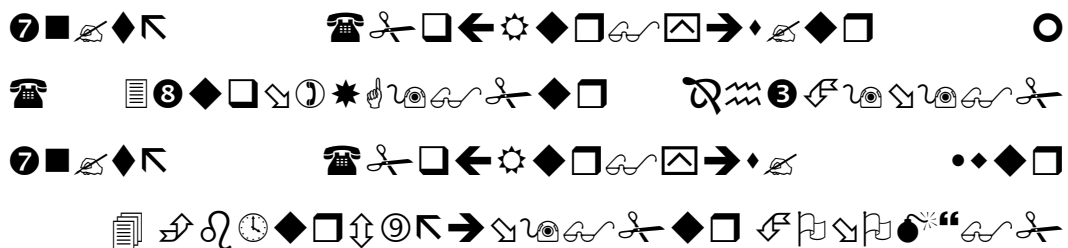
<sup>15</sup> Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), h. 169.

<sup>16</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2005), h. 241.

<sup>17</sup> Rahmat Syafei, *Op.cit*, h. 87.

Artinya : *Sesungguhnya Allahlah Zat yang menetapkan harga, yang menahan, yang mengulurkan dan yang maha pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan At-Tirmidzi).*<sup>18</sup>

Ulama menyimpulkan dari hadits tersebut bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kezaliman. Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi yang tidak bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama dari pada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan ijtihad tentang masalah keduanya. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an :



Artinya : *...Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa dan janganlah kamu tolong menolong dalam dosa dan kejahatan...(QS. Al-M'edah : 2)*<sup>19</sup>

Kerjasama ekonomi merupakan ciri khas dalam pasar Islam sehingga yang muncul dari prinsip ini bukannya persaingan melainkan kemitraan yang saling menguntungkan.

<sup>18</sup> Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan haram dalam Islam*, Ter. Muammal Hamidy, (Surabaya : PT. Bina Ilmu, 2010), h. 354.

<sup>19</sup> Kemenag, *Op.cit*, h. 108.

### 3. Prinsip Harga

Prinsip kebebasan pasar dan persaingan sehat telah melahirkan prinsip-prinsip penetapan harga dalam mekanisme pasar Islami. Sebagai doktrin ekonomi yang mengutamakan keadilan sosial dan pertumbuhan ekonomi yang seimbang dalam bentuk terpenuhinya kebutuhan masyarakat, prinsip ini merupakan panduan dalam penetapan harga yang ideal dan seimbang dalam konteks kewajaran keuntungan. Pemikir ekonomi Islam moderen telah menetapkan prinsip penetapan dan perubahan harga dalam mekanisme harga dalam pasar Islam sebagai berikut:

Pertama, prinsip kebebasan, yaitu kebebasan naik-turunnya harga berdasarkan faktor penawaran dan permintaan. Inilah yang disebut dengan hukum *supply and demand*. Hukum ini menyatakan bahwa apabila penawaran bertambah dan permintaan berkurang maka harga akan turun, sebaliknya jika permintaan meningkat dan penawaran kurang akan menyebabkan kenaikan harga. Sedangkan jika situasi permintaan dan penawaran sama maka harga akan cenderung stabil<sup>20</sup>.

Prinsip penetapan harga berdasarkan otoritas pasar didukung oleh hukum asalnya bahwa harga itu merupakan ketentuan atau urusan Allah SWT. Pada saat pasar dalam keadaan normal, campur tangan dalam bentuk apapun dari pihak penguasa adalah suatu kezaliman, karena dapat merusak sistem pasar.

---

<sup>20</sup> Boediono, *Ekonomi Makro*, (Yogyakarta : BP. FE, 1988), h. 40.



Ketetapan hukum harga itu merupakan ketentuan Allah SWT. Sehingga memberi kesan bahwa pedagang Islam dituntut beriman dan diyakini tidak mungkin mengkhianati orang lain demi keuntungan pribadi. Kebebasan ini juga menuntun kepada bentuk persaingan harga antara produsen dan penjual serta harga yang wajar akan selalu dipilih oleh konsumen<sup>21</sup>.

Kedua, prinsip harga yang wajar. Prinsip ini mendapat bahasan yang beragam dari para pakar ekonomi Islam kontemporer, terutama menyangkut batas-batas keuntungan atau margin yang dinilai wajar atau layak. Asumsi umum tentang harga bahwa ia menggambarkan nilai kerja dan produksi di tambah dengan margin sekian persen. Harga yang layak akan muncul dari persaingan pasaran yang sehat dan rasionalitas ekonomi sangat dominan dalam menekan kecenderungan produsen untuk menaikkan harga seandainya. Rasionalitas ekonomi itu menyatakan bahwa tujuan konsumen adalah memaksimalkan kepuasan, sedangkan tujuan produsen adalah memaksimalkan keuntungan.

Ketiga, berkaitan dengan keuntungan, yaitu keuntungan sosial. Prinsip ini akan mampu menciptakan hubungan harmonis antara produsen dan konsumen dalam waktu yang lama. Sedangkan dalam jangka pendek, perhatian yang komprehensif dari pemerintah untuk terus membina kerjasama sosial yang serasi antara produsen dan konsumen serta menghormati kepentingan masing-masing akan dapat mewujudkan suatu sistem perekonomian yang stabil dan tumbuh dengan pesat.

---

<sup>21</sup> Muhammad Yusuf Qardhawi, *Op.cit.*, h. 355.

Dari ketiga prinsip Islam mengenai harga di atas, suatu pandangan dapat diluruskan bahwa keseimbangan harga bukannya bermaksud konstan (keadaan tetap) harga. Namun ia lebih ditentukan dengan berjalannya berbagai variabel pasar secara natural sebagai akibat langsung dari sebuah sistem pasar yang sehat. Prinsip di atas juga menjadi konsep utuh yang saling berkaitan dan memiliki pengaruh timbal balik (kausalitas) yang lazim dalam sebuah sistem ekonomi yang terbuka. Asas kebebasan menetapkan harga oleh produsen dibatasi oleh prinsip batas "harga wajar", sedangkan prinsip harga wajar ditentukan dengan ukuran-ukuran kepentingan sosial dan ekonomi.<sup>22</sup>

Dengan mempertimbangkan hal di atas kita harus menyatakan bahwa teori harga Islami tidak memperkenankan segala bentuk penghisapan dan perilaku pemasaran yang bertentangan dengan norma-norma hukum Islam, baik yang merugikan konsumen ataupun produsen. Islam mengharapkan terciptanya suatu sistem dengan tingkat harga yang stabil dan seimbang dalam setiap perekonomian sejalan dengan tingkat ekonomi masyarakat.

### **C. Konsep Harga dalam Pandangan Islam**

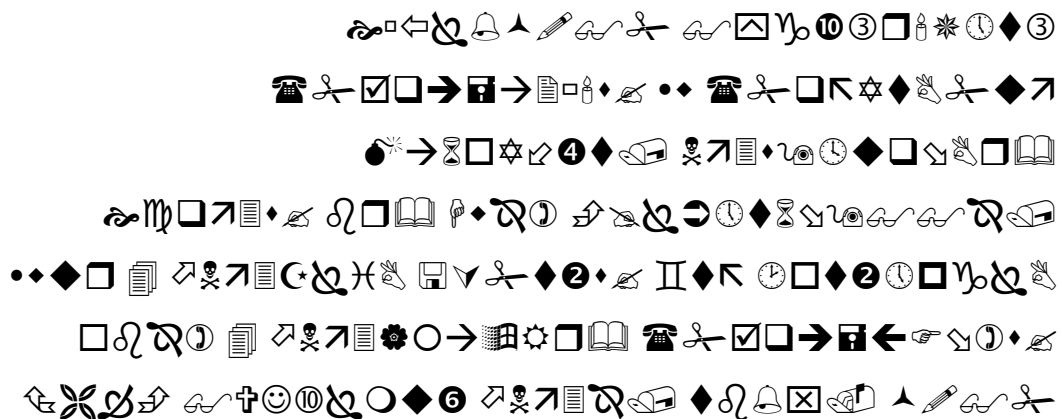
Akhmad Mujahidin mengatakan bahwa pada masa kepemimpinan Rasul, Beliau tidak mau menentukan harga. Hal demikian menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Hal ini dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal, akan tetapi apabila tidak dalam keadaan sehat, yakni terjadi kezaliman seperti adanya kasus penimbunan, riba

---

<sup>22</sup> *Ibid*

dan penipuan, maka pemerintah hendaknya dapat bertindak untuk menentukan harga pada tingkat yang adil, sehingga dari penetapan tersebut tidak adanya pihak yang dirugikan. Dengan demikian, pemerintah hanya memiliki wewenang untuk menetapkan harga, apabila terjadi praktek kedzaliman di pasar. Namun, dalam kondisi normal, harga diserahkan pada kesepakatan antara pembeli dan penjual<sup>23</sup>.

Jadi titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :



Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nis ' : 29)*<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 172.

<sup>24</sup> Kemenag, *Op.cit.*, h. 83.

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa, kaum muslimin pernah mengalami harga-harga naik di Madinah. Untuk mengatasi hal tersebut, Khalifah Umar bin Khattab RA melakukan *market intervention*. Sejumlah barang diimpor dari Mesir ke Madinah. Jadi intervensi langsung dilakukan melalui jumlah barang yang ditawarkan<sup>25</sup>. Selama kekuatan pasar berjalan rela sama rela tanpa ada yang melakukan distorsi pasar, maka Rasullullah SAW menolak untuk melakukan intervensi pasar<sup>26</sup>.

#### **D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga**

Dalam ekonomi Islam distorsi pasar diidentifikasi pada tiga bentuk yaitu :

##### 1. Rekayasa penawaran dan rekayasa permintaan

###### a. *Ba'i Najasy*

Transaksi *Najasy* ini diharamkan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik pula untuk membeli. Sedangkan si penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar ingin membeli barang tersebut, akan tetapi, ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini telah mengadakan kesepakatan dengan penjual untuk membeli dengan harga tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya dengan harga yang tinggi pula dengan maksud untuk ditipu. Akibatnya

---

<sup>25</sup> Adiwarmanto karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : III T Indonesia, 2003), h. 240

<sup>26</sup> *Ibid*, 243

terjadi permintaan palsu. Tingkat permintaan yang tercipta tidak dihasilkan dengan cara alami.<sup>27</sup>

Contoh *Ba'i Najasy*, pada waktu Indonesia dilanda krisis moneter 1997 misalnya, terjadi isu kelangkaan pangan. Karena takut kehabisan persediaan beras, maka masyarakat ramai-ramai menyerbu toko-toko memborong beras<sup>28</sup>.

b. *Ihtikar*

Rasulullah SAW Bersabda :

لَا يَحِلُّ

Artinya : ...“tidaklah orang yang melakukan *ikhtikar* itu kecuali berdosa (H.R. Muslim)”<sup>29</sup>

*Ihtikar* ini sering kali diterjemahkan sebagai monopoli atau penimbunan, padahal sebenarnya tidak demikian. Dalam Islam, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Menyimpan stock barang untuk keperluan persediaan tidak dilarang dalam Islam, yang dilarang adalah *ihtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> Adiwarmar karim. *Ekonomi Mikro Islam*. Ed. III (Jakarta : PT. Raja Grafindo persada, 2008) h. 183.

<sup>28</sup> *Ibid.* h. 184.

<sup>29</sup> Muhammad Yusuf Qardhawi. *Op.cit.*, h. 356.

<sup>30</sup> Adiwarmar karim. *Op.cit.*, h. 185.

Hakikat dari ihtikar adalah memproduksi lebih kecil untuk keuntungan yang lebih besar dengan harga yang lebih tinggi. Misalkan di awal tahun 2008, saat terjadi peningkatan harga kedelai yang luar biasa, ada pengusaha yang menimbun kedelai dalam jumlah yang sangat besar di Surabaya. Kenaikan harga kedelai menghambat proses produksi barang berbahan baku kedelai seperti tahu dan tempe, sehingga banyak mengakibatkan banyak produsen tempe dan tahu tidak dapat memproduksi, dan akhirnya menderita kerugian.<sup>31</sup>

### c. *Talaqqi Rukban*

Transaksi ini dilarang karena mengandung dua hal : pertama, rekayasa penawaran, yaitu mencegah masuknya barang ke pasar. Kedua, mencegah penjual yang dari luar kota untuk mengetahui harga yang sedang berlaku. Inti dari pelarangan ini adalah tidak adilnya tindakan yang dilakukan oleh pedagang kota yang tidak menginformasikan harga yang sesungguhnya sedang berlaku di pasar.<sup>32</sup>

Abu Hurairah pernah meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda : “*Janganlah engkau menyambut orang-orang yang membawa hasil panen ke dalam kota kita*”<sup>33</sup>.

## 2. *Tadlis* (penipuan)

---

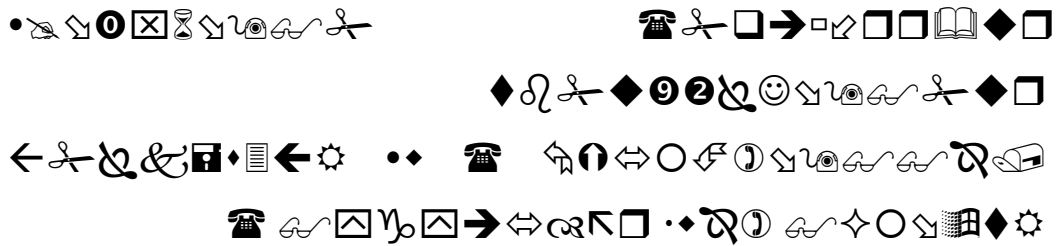
<sup>31</sup> Sri Nurhayati. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. (Jakarta : Salemba Empat. 2011 ). h. 82.

<sup>32</sup> Adiwarmar karim. *Op.cit.*, h. 186.

<sup>33</sup> *Ibid.* h. 188.

Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan<sup>34</sup>.

Kitab suci Al-Qur'an dengan tegas melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an :



Artinya : “.....dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.

*Kami tidak memikul beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya.....(Q.S. Al-An'am : 152)”<sup>35</sup>*

Dalam sistem ekonomi Islam hal ini juga dilarang karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur rela sama rela dilanggar.<sup>36</sup>

Untuk menghindari penipuan, masing-masing pihak harus mempelajari strategi pihak lain. Adapun macam-macam tadlis :

1. *Tadlis* Kuantitas

<sup>34</sup> *Ibid.* h. 162.

<sup>35</sup> Kemenag. *Op.cit.*, h. 149.

<sup>36</sup> Adiwarmar karim. *Op.cit.*, h. 191.

*Tadlis* (penipuan) dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Misalnya menjual baju satu kontainer. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin menghitung satu persatu, penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah yang dikirim kepada pembeli

Praktik mengurangi timbangan dan mengurangi takaran merupakan contoh klasik untuk menerangkan tentang penipuan kuantitas, yang sering terjadi di dalam kecurangan transaksi perdagangan.

Dengan adanya tindakan *tadlis* oleh individu tersebut, maka ia akan mendapatkan keuntungan (walau keuntungan dari *tadlis* ini adalah haram) dengan cara pendapatan hasil penjualan yang tetap, tapi jumlah barang yang dijual lebih sedikit<sup>37</sup>.

## 2. *Tadlis* Kualitas

*Tadlis* (penipuan) dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak disepakati oleh si penjual dan pembeli. Contoh dalam hal jual beli komputer bekas, yang tidak disebutkan kualitas barang yang sebenarnya, kecacatan/kekurangannya, hanya disebutkan kelebihanannya saja. Maka jelaslah dengan adanya informasi yang tidak sama, maka ada pihak yang terzalimi<sup>38</sup>.

## 3. *Tadlis* dalam Harga

---

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> *Ibid.*, h. 193.



*Tadlis* (penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan penjual atau pembeli.

Misalnya, ada seorang musafir yang datang dari Jakarta ke Pekanbaru. Sesampainya di Pekanbaru, dia pun naik taksi dari bandara menuju Jln. Garuda Sakti tanpa dia tahu harga pasaran taksi. Seharusnya harga taksi dari bandara ke Jln. Garuda Sakti Rp. 50.000 akan tetapi supir taksi menawarkan Rp.100.000 dan di tawar oleh musafir Rp. 90.000. meskipun kedua belah pihak telah sepakat dan '*antar din*', tapi kesepakatan itu didasari atas kecurangan yang dilakukan oleh si supir taksi<sup>39</sup>.

### 3. *Taghrir* (*Gharar*)

*Taghrir* berasal dari bahasa Arab *gharar*, yang berarti akibat, bencana, bahaya, resiko dan ketidakpastian. Menurut Ibnu Taimiyah, *gharar* terjadi bila seseorang tidak tahu apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan jual beli<sup>40</sup>.

Seperti yang kita bahas sebelumnya, baik *Taghrir* maupun *Tadlis* keduanya terjadi karena adanya *incomplete information*. Namun, berbeda dengan *tadlis*, *incomplete information* ini hanya dialami oleh satu pihak saja (misalnya pembeli saja atau penjual saja). Dalam *taghrir*, *incomplete information* ini dialami oleh kedua belah pihak (baik pembeli maupun

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 195.

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 199.

penjual). Karena itu, kasus *taghrir* terjadi bila ada unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak.

1. *Taghrir* dalam kuantitas

Contoh *taghrir* dalam kuantitas misalnya petani sepakat menjual hasil panenanya (beras dengan kualitas A) kepada tengkulak dengan harga Rp. 750.000 padahal pada saat kesepakatan dilakukan sawah petani belum dapat dipanen. Dengan demikian, kesepakatan jual beli dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai berapa kuantitas yang dijual (berapa ton atau berapa kuintal) padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang ditransaksikan.

2. *Taghrir* dalam kualitas

Contoh *taghrir* dalam kualitas adalah menjual anak sapi yang masih dalam kandungan. Di sini baik penjual maupun pembeli sama-sama tidak dapat memastikan kondisi fisik anak sapi tersebut bila nanti sudah lahir. Apakah akan lahir normal, cacat atau lahir dalam keadaan mati. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian dalam hal kualitas didalam transaksi.

3. *Taghrir* dalam harga

*Taghrir* ini terjadi ketika seorang penjual yang ingin menjual barang dengan harga rendah jika dibayar lunas dan harganya akan lebih mahal

kalau tidak bayar secara lunas (kredit), dengan tempo waktu yang telah disepakati. Misalnya, Andre menjual Iphone kepada Irma dengan harga Rp. 5.000.000 kalau dibayar lunas, dan Rp. 8.000.000 kalau dibayar kredit selama 9 bulan. Disinilah kemudian muncul ketidakpastian dengan adanya dua harga dalam satu akad, kemudian harga yang mana yang berlaku kalau Irma melunasi pada bulan keempat? Meskipun kuantitas dan kualitasnya sudah diketahui tetap saja ada *uncertainty* antara konsumen dan produsen karena transaksi tersebut tidak disepakati dengan satu akad saja.