



## MEKANISME DAN PENETAPAN HARGA JUAL BELI PASAR PERSPEKTIF ISLAM

**Alifah Devy Herfiana\***

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya\*  
alifahdevy26@gmail.com

### Informasi Artikel

Terima 13/12/2022  
Revisi 21/06/2022  
Revisi 19/07/2022  
Disetujui 05/12/2022

Kata Kunci:  
agama, Sistem  
Ekonomi pada  
zaman Nabi,  
Pasar

Keyword:  
Religion,  
Economic System  
at the Time of the  
Prophet, Market

### A B S T R A K

*Agama turut andil dalam menyelesaikan permasalahan manusia, yakni dalam masalah ekonomi antara mikro dan makro. Manusia selaku khalifatullah fil ardh memakai ajaran agama tersebut untuk mewujudkan dengan kata lain kerajaan Allah di muka bumi. Oleh karenanya, ajaran agama memanglah wajib dilaksanakan dalam seluruh aspek kehidupan karena Islam juga menjadi agama amal. Dalam sejarah tercatat bahwa Makkah ialah urat nadi dari pusat perekonomian ataupun dikenal dengan istilah Ummul Qura. Pada masa Rasulullah, saudagar kaya sangat memastikan perkembangan perekonomian. Perihal ini diakibatkan oleh pembangunan baik zona keagamaan, spiritual, maupun kebudayaan yang dibentuk dengan mengutamakan prinsip bisnis, keuntungan serta jual beli. Pasar sendiri ialah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa.*

### A B S T R A C T

*Religion participates in and solves human problems, namely in economic problems between micro and macro. Humans as khalifatullah fil ardh use religious teachings to realize in other words the kingdom of God on earth. Therefore, religious teachings must be implemented in all aspects of life, because Islam is also a religion of charity. In recorded history, Mecca was the artery of the center of the economy, known as Ummul Qura. At the time of the Prophet, rich merchants ensured economic development. This is due to the development of religious, spiritual or cultural zones which are formed by prioritizing the principles of business, profit and buying and selling. The market itself is a meeting place between sellers and buyers to be used as a means of selling goods and services.*

## **PENDAHULUAN**

Harga merupakan poin penting dalam penentuan penawaran barang. Ini adalah satu-satunya elemen dalam pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, dan merupakan elemen lain dari bauran pemasaran yang mencerminkan biaya. Harga juga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh hak menggunakan sebuah produk. Teori penawaran ialah jumlah benda yang ditawarkan atau dijual dalam berbagai macam kemungkinan harga yang berlaku di pasar dalam satu periode tertentu. Dalam definisi tersebut, tercantum ikatan antara jumlah benda yang dijual dengan biayanya. Ikatan tersebut bisa disusun dalam wujud tabel penawaran, setelah itu ditafsirkan dalam wujud kurva penawaran.

Penawaran bersumber pada anggapan *ceteris paribus*, maksudnya ialah mengabaikan berbagai faktor yang diketahui dan tidak diketahui yang dapat memengaruhi hubungan antara harga dan kuantitas permintaan. Oleh sebab itu, pada teori penawaran selalu diutamakan perhatian kepada hubungan antara tingkatan harga dan jumlah barang yang telah ditawarkan. Ibnu Khaldun juga berpendapat mengenai teori penawaran, memaparkan bahwa kota yang makmur serta penuh dengan kemewahan memiliki tingkatan konsumsi yang besar terhadap produk. Hal ini disebabkan oleh sifat-sifat penduduk kota yang suka mengonsumsi beberapa barang meski mahal. Perihal ini mendesak para orang dagang banyak melakukan penawaran atas beberapa barang komoditas mereka supaya bisa disantap penduduk kota serta memperoleh harga yang besar.

Ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional jelas berbeda. Jika ekonomi konvensional berdasarkan pada jual beli yang menguntungkan, ekonomi Islam memiliki batasan syariah dan mengedepankan keadilan serta kemakmuran.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Definisi Pasar**

Pasar adalah tempat bertemunya aktivitas permintaan dan penawaran dari suatu macam barang/jasa. Antara penjual dan pembeli saling melakukan transaksi tawar-menawar untuk menentukan harga dari berbagai macam jenis barang ataupun jasa. Dalam analisis ekonomi, definisi pasar tidak hanya terbatas pada suatu tempat saja, akan tetapi juga termasuk suatu daerah atau wilayah, negara, bahkan dunia internasional. Pasar di mana para penjual dan para pembeli berinteraksi dapat diklasifikasikan ke dalam dua

jenis, yaitu pasar barang dan pasar faktor. Pasar barang adalah tempat di mana para penjual dan para pembeli dari suatu barang ataupun jasa melakukan interaksi guna menentukan harga dan jumlah barang atau jasa yang diperjualbelikan. Sementara, pasar faktor adalah tempat di mana para pebisnis atau pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) melakukan interaksi dengan para pemilik faktor produksi untuk dapat menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan sejumlah barang dan jasa yang diminta oleh masyarakat.

Mekanisme pasar dapat melakukan alokasi faktor-faktor produksi dengan cukup efisien serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi karena ia memiliki beberapa kelebihan. Kelebihan mekanisme pasar adalah pasar dapat memberi informasi yang lebih tepat; pasar dapat memberikan stimulasi untuk mengembangkan kegiatan usaha; pasar memberikan stimulasi untuk memperoleh keahlian modern; pasar menggalakkan konsumsi barang dan faktor produksi secara efisien; dan pasar memberikan kebebasan yang tinggi untuk melakukan kegiatan ekonomi kepada masyarakat.

### **Jenis-Jenis Pasar**

#### **1. Jenis-Jenis Pasar berdasarkan Jenis Barang**

Pasar berdasarkan jenis barangnya dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pasar homogen dan heterogen. Pasar homogen adalah pasar yang menjual satu jenis barang saja. Contohnya adalah pasar beras. Pasar heterogen adalah pasar yang menjual lebih dari satu jenis barang. Contohnya pasar swalayan.

#### **2. Jenis-jenis Pasar menurut Bentuk serta Struktur**

##### **a. Pasar Persaingan Sempurna**

Pasar persaingan sempurna atau juga dapat disebut pasar persaingan murni adalah pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli, serta mereka telah saling mengetahui tentang keadaan pasar. Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri: (1) memiliki banyak pembeli dan penjual, (2) pembeli ataupun penjual mempunyai informasi yang lengkap mengenai pasar, (3) barang atau jasa yang diperjualbelikan bersifat sejenis (homogen), (4) harga umumnya sudah ditentukan oleh pasar, (5) semua faktor produksi dapat bebas keluar masuk pasar, dan (6) tidak terdapat intervensi dari pemerintah.

##### **b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna**

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang terdiri atas sedikit penjual serta banyak pembeli. Pada pasar jenis ini, para penjual dapat menentukan harga

barang. Barang-barang yang diperjualbelikan tersebut memiliki jenis yang berbeda-beda. Pasar persaingan tidak sempurna juga mempunyai beberapa bentuk pasar, antara lain sebagai berikut.

- 1) Pasar monopoli, yaitu suatu pasar yang terjadi ketika seluruh penawaran dari sebuah barang terjadi pada pasar yang sudah dikuasai oleh salah satu penjual atau beberapa penjual saja. Berikut ciri-ciri pasar monopoli: (1) terdapat satu penjual saja sebagai penentu harga (dengan tujuan monopoli pasar), (2) jenis barang yang tersedia untuk diperdagangkan hanya satu jenis, (3) penjual lain tidak dapat menyaingi penjual yang memiliki kuasa untuk monopoli, (4) penjual lain tidak dapat masuk ke dalam pasar atau industri dengan mudah karena terhambat regulasi yang berlaku atau sulit bersaing dari teknologi yang canggih, dan (5) tidak ada intervensi dari pemerintah mengenai penentuan harga.
- 2) Pasar persaingan monopolistik, yaitu pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual yang menjual barang yang berbeda macamnya. Pasar jenis ini umumnya banyak ditemui di sektor perdagangan eceran dan jasa. Misalnya, toko obat, angkutan, jasa salon, dan toko kelontong. Pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri berikut. Pertama, di dalam pasar ini ada banyak penjual dan pembeli. Kedua, barang yang dihasilkan bersifat sejenis, tetapi coraknya berbeda. Contohnya: pasta gigi, minyak goreng, sabun, dan lainnya. Ketiga, skala usaha para penjual rata-rata memiliki ukuran yang sama sehingga tidak ada penjual yang menguasai pasar. Keempat, penjual memiliki kemudahan untuk menawarkan barang dagangannya di pasar. Kelima, penjual tidak memiliki pengaruh dalam penentuan harga pasar. Terakhir, adanya potensi persaingan pada setiap jenis barang yang ada di pasar.
- 3) Pasar oligopoli, yaitu pasar yang di dalamnya terdiri atas beberapa penjual yang menjual barang tertentu sehingga berimplikasi satu sama lain dan bisa saling memengaruhi dalam menentukan harga barang. Contohnya, industri otomotif atau perusahaan penjual mobil dan motor, perusahaan penjual semen, industri telekomunikasi, perusahaan rokok, dan lain-lain. Ciri-ciri pasar oligopoli, antara lain penjual yang ada di dalam pasar sedikit sehingga keputusan yang dilakukan oleh salah satu penjual di pasar dapat memberi pengaruh kepada penjual lainnya, produk barang di pasar umumnya memiliki standar, peluang masuknya penjual baru ke pasar terbuka, dan pemasaran dan iklan memiliki peran besar dalam mendorong penjualan barang di pasar.

## **Mekanisme Pasar**

Mekanisme pasar merupakan suatu skema yang memengaruhi terciptanya harga pasar, yang pada alurnya dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti penawaran dan permintaan, distribusi, pekerja, uang, kebijakan pemerintah, keamanan, dan pajak. Pada proses mekanisme pasar, diharuskan adanya asas moralitas, di antaranya keterbukaan (*transparancy*), persaingan yang sehat (*fair play*), keadilan (*justice*), dan kejujuran (*honesty*).

## **Teori Harga**

Adam Smith menciptakan teori tentang harga yang disebut dengan teori harga alamiah, yaitu harga yang berlaku di pasar pada kerangka keseimbangan (*equilibrium*) yang panjang sebagai dampak dari kekuatan alamiah di dalam masyarakat. Pada pengertian lain mengenai harga alamiah konsep Adam Smith, dijelaskan bahwa harga alamiah merupakan harga yang timbul ketika segala sesuatu berjalan dengan sendirinya tanpa ada intervensi. Maksudnya, di dalam masyarakat terdapat kebebasan untuk melakukan tindakan. Dengan kata lain, setiap penjual di dalam pasar memiliki kebebasan untuk melakukan apa yang dikehendaki dan melakukan transaksi yang diinginkan. Seperti yang disampaikan oleh Adam Smith pada bukunya yang berjudul *Wealth of Nations*:

“Dalam setiap masyarakat, atau lingkungan, terdapat suatu tingkat biasa atau rata-rata, baik upah maupun laba, dalam setiap pekerjaan yang berbeda dari tenaga kerja dan persediaan. Tarif ini secara alami diatur, seperti yang akan saya tunjukkan selanjutnya, sebagian oleh keadaan umum masyarakat, kekayaan atau kemiskinan mereka, kondisi mereka yang maju, tidak bergerak, atau menurun, dan sebagian oleh sifat khusus dari setiap pekerjaan.”

“Demikian pula dalam setiap masyarakat atau lingkungan, terdapat suatu tarif sewa biasa atau rata-rata yang juga diatur, seperti yang akan saya tunjukkan selanjutnya, sebagian oleh keadaan umum masyarakat atau lingkungan tempatnya berada, dan sebagian oleh kesuburan alam atau peningkatan kesuburan tanah. Tarif biasa atau rata-rata ini dapat disebut tarif alami dari upah, keuntungan, dan sewa, pada waktu dan tempat hal-hal tersebut biasanya berlaku.”

Harga alamiah tersebut meliputi tingkat upah, keuntungan dan sewa tanah rata-rata yang ditentukan (sebagian oleh situasi umum masyarakat tersebut, kemakmuran dan

kemiskinannya, kemajuan, keadaan statis atau kemundurannya; dan sebagian ditentukan oleh keadaan khusus) dari tenaga kerja, modal, dan tanah.” (Adam Smith, 1776)

Adam Smith mengatakan bahwa pada jangka panjang harga alamiah merupakan harga yang adil dikarenakan termasuk kompensasi dari biaya produksi yang dikeluarkan. Misalnya, berkaitan dengan profitabilitas, tingkat profitabilitas umumnya merupakan kelebihan dari penggunaan modal. Oleh karena harga alamiah ditentukan dan dipengaruhi oleh berbagai keadaan, harga alamiah ini hanya akan berlaku sebagai kecondongan jangka panjang akan ke arah mana harga dari berbagai komoditas mengalami fluktuasi. Tidak otomatis suatu komoditas dijual pada tingkat harga alamiahnya karena hanya melalui mekanisme pasar dan determinan yang terjadi pada eksternal pasar harga itu terbentuk. Pada realitasnya, berbagai peristiwa terkadang membuat harga barang bergerak melampaui tingkat harga alamiahnya, dan terkadang memaksa harga turun bahkan di bawah harga alamiahnya.

Kemudian, Adam Smith menjelaskan bahwa harga aktual/sebenarnya ketika setiap komoditas umumnya dijual itu disebut harga pasar. Ini mungkin juga berada di atas, atau bawah, atau persis sama dengan harga alamiahnya. Oleh karena itu, pada harga riil atau harga sebenarnya, umumnya komoditas tertentu yang dijual ada kemungkinan ada di atas atau di bawah, atau ada kemungkinan sama persis dengan harga alamiah. Kenyataannya, para pelaku ekonomi tidak membayar harga alamiah, melainkan harga yang berlaku atau aktual, atau harga pasar. Namun demikian, harga pasar ini akan bergerak seperti bandul ke arah harga alamiah. Oleh karena itu, harga alamiah adalah harga sentral yang menjadi arah harga semua komoditas selalu bergerak.

Selanjutnya, Adam Smith memberikan penjelasan tentang determinan yang dapat memengaruhi harga, seperti upah, harga sewa tanah, dan keuntungan pemodal serta jumlah penawaran dan permintaan dari suatu komoditas barang di dalam pasar. Hal tersebut dapat menyebabkan harga meningkat atau menurun (fluktuasi), terkadang naik melebihi dari harga alamiah dan atau dapat juga turun melebihi harga alamiah. Umumnya, harga pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari determinan produksi, seperti harga sewa tanah, pemodal, dan buruh. Apabila salah satu atau semua faktor produksi secara berlebihan ditawarkan maka akan berdampak pada harga yang menurun, dan apabila faktor produksi ditawarkan secara minim maka harga akan naik. Selain itu, terkadang kebijakan yang dibuat oleh pihak berwenang atau pemerintah juga dapat memengaruhi harga dari komoditas barang yang diperdagangkan.

Adam Smith juga memercayai bahwa sejauh ini mekanisme pasar berjalan dengan cukup baik. Harga akan bergerak ke tingkat alamiah dengan sendirinya. Apabila harga pasar suatu komoditas terlalu rendah, minat pengusaha atau pebisnis untuk masuk ke dalam pasar atau bisnis dari komoditas barang tersebut akan semakin sedikit. Akibatnya, kelangkaan penawaran barang akan terjadi yang kemudian berimplikasi pada naiknya harga pada tingkat alamiah. Harga pasar akan bergerak ke arah harga alamiah dan pada jangka panjang akan tercipta suatu transaksi yang adil. Hal tersebut membuktikan bahwa, keadilan dalam ekonomi pasar bebas dapat dicapai. Keadilan di sini bersifat komutatif, yaitu keadilan yang terwujud sebagai pertukaran yang adil berdasarkan harga alamiah ketika tercapainya prinsip kesetaraan nilai tukar dari komoditas barang yang setara nilainya. Artinya, keuntungan dan biaya pada transaksi berbagai komoditas barang yang sama nilainya itu sepadan.

### **Teori Nilai**

Pada buku *Wealth of Nations* karya Adam Smith, dijelaskan sebuah teori nilai yang berdasar pada nilai dari suatu aktivitas, khususnya tentang tenaga kerja. Menurut Adam Smith, faktor tenaga kerja merupakan penyebab dan alat ukur nilai. Pada umumnya, barang memiliki dua nilai, yaitu nilai guna (*value in use*), dan nilai tukar (*value in exchange*). Nilai tukar sebenarnya diukur dari nilai kerja. Ukuran nilai tukar sebuah komoditas barang adalah jumlah kerja yang memberi kemungkinan seseorang membeli atau menguasai komoditas barang yang lain di dalam pasar. Menurut Adam Smith, kerja merupakan indikator alamiah dan faktor terakhir yang menentukan nilai dari suatu barang. Jumlah tenaga kerja (*labor*) yang diperlukan untuk menghasilkan barang akan menentukan harga atau nilai tukar dari sebuah barang tersebut.

### **Peran Negara dalam Mekanisme Harga**

1. *Libertarian anarkistis*. Pendekatan ini memiliki anggapan bahwa Adam Smith membela harmoni sosial tanpa campur tangan dari luar. Dengan kata lain, Smith menolak campur tangan pemerintah demi kebebasan tiap orang. *Laissez-faire* lalu diartikan sebagai biarkan alam melahirkan harmoni sosial tanpa campur tangan pemerintah. Pemerintah lalu dianggap tidak terlalu berperan dalam bidang ekonomi. Menurut pendekatan ini, sistem pasar bebas dan sistem di mana tidak ada campur tangan pemerintah merupakan cara terbaik untuk menjamin kebebasan individu.

2. Pendekatan kelembagaan. Adam Smith memberikan usulan sebuah tatanan kelembagaan baru bahwa usaha untuk memiliki kekayaan secara pribadi akan berdampak pada majunya kesejahteraan bersama. Adam Smith tidak mendukung suatu pokok ajaran yang secara mutlak melarang fungsi pemerintah di bidang ekonomi. Adam Smith melakukan pengajuan sebuah kebijakan ekonomi yang bersifat praktis, yaitu cara meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan tetap memberikan kebebasan kepada para pelaku ekonomi. Dengan demikian, pada hakikatnya Adam Smith tidak menolak sepenuhnya akan campur tangan dari pemerintah.
3. Pendekatan negara minimal-efektif. Pendekatan ini dapat berlaku pada semua bidang kehidupan, seperti ekonomi, politik, ataupun sosial. Artinya, di satu sisi, keadilan dan kebebasan individu dijamin oleh sistem ekonomi yang alamiah dan bebas itu sendiri. Akan tetapi di lain pihak, pada keadaan tertentu kondisi alamiah akan terjelma dengan tangan negara tanpa mengambil alih kondisi alamiah. Oleh karena itu, yang ditentang dan ditolak Adam Smith merupakan fungsi negara dan aktivitas yang mendistorsi aktivitas ekonomi pasar bebas para pelaku pasar. Hal yang tidak sesuai dengan pemikiran Adam Smith adalah kecenderungan pemerintah yang hendak ikut campur dalam segala aktivitas ekonomi dengan tujuan agar kelompok tertentu mendapatkan keuntungan sehingga dapat mencederai hak orang lain. Hal yang didukung oleh Adam Smith ialah pemerintah diperbolehkan turut andil dalam aktivitas pasar dengan tujuan membantu menegakkan keadilan.
4. Peran pemerintah, sebagai pembela kebebasan alamiah. Adam Smith sangat percaya kepada pemerintahan yang kuat dan hemat. Adam Smith menulis tentang tiga tujuan pemerintahan, di antaranya mengangkat negara dari tingkat kesejahteraan rendah kepada tingkat kesejahteraan tertinggi melalui cara yang kondusif, meringankan pajak, serta administrasi yang toleran dan adil. Adam Smith mendukung hal-hal berikut secara spesifik: (1) sistem hukum yang mampu melindungi kebebasan, hak milik, dan untuk menjamin perjanjian dan pembayaran utang, (2) pendanaan yang cukup diperlukan bagi yang bertugas membela negara, (3) perlunya pendidikan umum yang menyeluruh untuk mengimbangi efek alienasi dan penurunan mental akibat spesialisasi (pembagian kerja) sistem kapitalisme, dan (4) pemerintah berperan dalam kerja publik, seperti jalan, kanal, jembatan, pelabuhan, dan proyek infrastruktur lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif banyak digunakan untuk meneliti objek pada penelitian ini. Menurut Brewer dan Huntermaka, penelitian kualitatif secara inheren ialah fokus atensi dengan bermacam-macam metode. Wajib disadari kalau pemakaian tata cara yang bermacam-macam ataupun triangulasi sumber data mencerminkan upaya untuk mendapatkan uraian yang mendalam yang menimpa sesuatu fenomena yang sedang dikaji. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini menggunakan data yang tidak berbentuk angka, namun berupa penjabaran deskripsi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasar telah terjadi pada zaman Rasulullah saw. Peranan pemerintah dalam pengawasan pasar sangat penting sebelum hijrah, tepatnya pada tahun ke-7 kenabian atau 616 Masehi. Sempat terjadi pemboikotan terhadap umat Islam di Makkah selama tiga tahun sehingga umat Islam tidak diperbolehkan berhubungan dalam bentuk apapun dengan kaum Quraisy. Keadaan tersebut membatasi umat Islam dalam melaksanakan pertukaran ataupun perdagangan hanya dengan sesama muslim, namun hal ini terjadi secara alami berdasarkan konsep *ta'awun* (tolong-menolong).

Pada kala ini, umat Islam belum memiliki tempat yang spesial untuk berjual beli serta bertransaksi pun lebih bersifat sosial sehingga keadaan ini belum dapat dikatakan kalau umat Islam sudah mempunyai pasar. Pada periode Madinah, setelah membangun masjid Nabawi, baginda Rasulullah saw. langsung membangun pasar yang bernama pasar Suqul Anshar yang kerap disebut pasar Madinah. Pasar ini didirikan langsung oleh baginda serta para sahabat, terutama sahabat Abdurrahman bin Auff. Setelah selesai dibentuk, Rasulullah saw. segera mengumumkan bahwa pasar Suqul Anshar merupakan pasar untuk segala umat Islam yang hendak diatur dengan bersumber pada syariat Islam. Pasar-pasar wajib mengikut sunah yang sama dengan masjid. Siapa pun yang menemukan tempat awal, ia boleh duduk sampai ia berdiri serta kembali ke rumah ataupun menuntaskan bisnisnya. Di pasar ini, tidak dikenakan sewa, pajak, serta bayaran apapun sehingga pasar ini mempunyai keahlian persaingan yang besar dibandingkan dengan pasar lain (pasar non-Islam) di mana produsen dapat menjual barangnya lebih murah dengan kualitas sama sehingga lebih diminati oleh pembeli.

Mekanisme pasar dalam Islam memiliki peran sebagai mediator distribusi barang serta jasa. Penjual akan mendapat keuntungan serta konsumen akan mendapat kepuasan

tersendiri dari barang yang dikonsumsi. Pasar leluasa memastikan cara-cara penciptaan serta harga, tidak boleh terdapat kendala yang menyebabkan rusaknya penyeimbang pasar. Akan tetapi, dalam realitasnya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (*fair*). Distorsi pasar senantiasa kerap terjadi sehingga dapat merugikan banyak pihak.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam bisa dirujuk pada hadis Rasulullah saw. sebagaimana disampaikan oleh Anas ra. Harga pasar yang melambung tinggi pernah terjadi pada zaman Rasulullah saw. Pada saat itu, banyak yang memberi nasihat kepada Rasulullah dengan berkata, “Wahai Rasulullah, hendaklah engkau menentukan harga.” Rasulullah saw. bersabda, “Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan serta melapangkan rezeki. Aku berharap kalau nanti menemui Allah aku dalam kondisi tidak seorang pun dari kalian yang menuntutku tentang kezaliman dalam darah ataupun harta.” Berdasarkan hadis tersebut, terlihat jika Islam jauh lebih dulu (lebih 1160 tahun) mengarahkan konsep mekanisme pasar daripada Adam Smith.

Dalam hadis tersebut, Rasulullah saw. tidak memastikan harga. Ini menjelaskan kalau syarat harga tersebut ditentukan atas dasar mekanisme pasar yang alamiah impersonal. Rasulullah saw. tidak ingin melakukan intervensi serta berkata kalau harga di pasar tidak boleh diresmikan karena Allah Swt. yang menentukan harga melalui mekanisme pasar. Sangat luar biasa, teori Nabi Muhammad saw. tentang harga serta pasar. Kekaguman ini disebabkan perkataan Nabi Muhammad saw. tersebut memiliki penafsiran kalau harga pasar itu merupakan *sunnatullah* ataupun hukum *supply and demand*. Bagi ahli ekonomi Islam kontemporer, teori ini linier dengan teori yang dicetuskan oleh Adam Smith, yaitu teori *invisible hands*.

Intervensi pasar sempat dilakukan pada masa Khulafaur Rasyidin oleh para khalifah, baik pada sisi penawaran maupun permintaan. Intervensi pasar pada sisi penawaran dilakukan dengan mengendalikan jumlah benda yang ditawarkan. Misalnya, intervensi yang dicoba Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir. Intervensi tersebut bertujuan mengatur harga gandum di Madinah. Intervensi dari sisi permintaan dilakukan dengan menanamkan perilaku sederhana dan menjauhkan diri dari sifat konsumtif.

Mekanisme pasar sendiri sudah banyak dikaji oleh para ulama muslim, seperti Abu Yusuf yang pertama kali membahas mekanisme pasar secara empirik. Meskipun hidup di awal abad kedua Hijriyah (731–798), jauh sebelum bapak ekonomi klasik Adam Smith, Abu Yusuf sudah mengulas tentang hukum penawaran dan permintaan dalam

perekonomian. Uraian yang tumbuh kala itu disebutkan apabila barang sedikit tersedia, harga barang tersebut akan mahal, sedangkan apabila barang banyak tersedia, harganya akan murah.

Selain Abu Yusuf, ulama muslim lain yang mengkaji ilmu perekonomian adalah Ibnu Taimiyah. Ia melakukan kajian yang merata tentang kasus mekanisme pasar kemudian menganalisis permasalahan tersebut dari perspektif ekonomi serta menguraikan secara terperinci tentang faktor-faktor apa saja yang berdampak pada harga. Artinya, Ibnu Taimiyah (1258) telah mengemukakan mekanisme pasar bagi Islam jauh sebelum Adam Smith (1776). Pemikirannya mengenai konsep teori harga serta kekuatan penawaran dan permintaan dapat dibaca dalam karya-karyanya, seperti yang termuat dalam kitab *Al-Hisbah*. Sebelum buku *The Wealth of Nations* karangan Adam Smith ditulis, Ibnu Taimiyah berkata kalau naik-turunnya harga tidak senantiasa diakibatkan oleh aksi sewenang-wenang dari penjual. Ada kemungkinan penyebabnya merupakan penawaran yang menyusut akibat inefisiensi dalam produksi, penurunan jumlah impor beberapa barang yang diminta, atau dapat pula disebabkan oleh tekanan pasar.

Penjelasan Ibnu Taimiyah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan dan penurunan permintaan serta konsekuensinya terhadap harga terdapat dalam bukunya yang berjudul *Majmu Fatawa*. Pertama, permintaan dipengaruhi oleh jenis kebutuhan manusia yang berbeda-beda satu sama lain. Setiap manusia memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda tergantung dari banyak atau sedikitnya barang-barang yang dibutuhkan di pasar. Saat terjadi kelangkaan, suatu komoditas barang akan lebih dibutuhkan dibandingkan ketika barang tersebut melimpah di pasar. Kedua, jumlah permintaan akan berpengaruh pada harga suatu barang. Jumlah permintaan akan meningkat ketika jumlah populasi manusia yang membutuhkan komoditas tersebut bertambah. Hal ini berdampak pada harga komoditas yang ikut naik karena tingginya permintaan, sedangkan komoditas yang tersedia jumlahnya tetap atau lebih sedikit daripada jumlah yang diminta. Ketiga, faktor lainnya yang berpengaruh terhadap harga barang adalah tingkat kebutuhan atas barang dan tingkat ukurannya. Ketika terdapat kebutuhan terhadap barang yang sangat besar, maka harga akan naik atau melambung hingga ke tingkat yang paling maksimal, dibandingkan ketika kebutuhan akan barang tersebut rendah dan sedikit. Keempat, fluktuasi harga barang dipengaruhi oleh siapa yang melakukan transaksi perdagangan barang tersebut. Seseorang yang memiliki reputasi baik, mampu untuk membayar, dan dapat dipercaya ketika berutang, biasanya ia akan lebih berpeluang untuk mendapatkan harga yang murah. Kelima, tidak hanya hal-

hal yang telah disebutkan sebelumnya, harga juga dipengaruhi oleh bentuk dari alat pembayaran yang digunakan dalam aktivitas perdagangan . Jika transaksi dilakukan dengan alat pembayaran yang tidak umum digunakan maka harga akan lebih tinggi dibandingkan ketika transaksi dilakukan dengan alat pembayaran yang banyak peredarannya. Keenam, sebab tujuan dari kontrak *feedback* kepemilikan dari kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Apabila pembeli mampu memenuhi janjinya melakukan pembayaran dan, tujuan dari transaksi tersebut dapat terwujud. Ketujuh, penerapan yang sama berlaku bagi seseorang yang melakukan peminjaman atau penyewaan.

Ibnu Taimiyah menyetujui jika pemerintah tidak melakukan intervensi harga selama mekanisme pasar berjalan pada kurva permintaan dan penawaran yang bertemu tanpa ada intervensi atau dapat disimpulkan, perubahan harga hanya disebabkan oleh perubahan *genuine demand* dan *genuine supply*. Mekanisme harga merupakan proses yang berjalan berdasarkan gaya tarik-menarik antara konsumen dan produsen mulai dari pasar *input* (faktor-faktor produksi) atau pasar *output* (barang). Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil merupakan nilai harga di mana orang-orang menjual barang dagangannya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang-barang sejenis lainnya yang dijual pada waktu dan tempat tertentu.

Ibnu Taimiyah menjelaskan lebih detail mengenai *Tsaman al-Mitsl* dalam buku *Al-Hisbah*. *Tsaman al-Mitsl* adalah ketika orang-orang melakukan jual beli barang dagangannya melalui mekanisme yang umum dilakukan, tanpa ada pihak yang dizalimi atau dirugikan, kemudian kenaikan harga disebabkan persediaan barang yang berkurang atau disebabkan jumlah penduduk yang bertambah sehingga bertambah pula permintaan, yang berarti hal tersebut terjadi semata-mata hanya karena kehendak Allah Swt. Dalam hal tersebut, tindakan pemaksaan kepada para pedagang untuk menjual barang dagangannya pada harga tertentu adalah tindakan pemaksaan yang zalim. Ibnu Taimiyah memiliki pemikiran mengenai konsep harga yang adil. Menurutnya, harga yang adil hanya dapat terbentuk pada pasar kompetitif atau persaingan sempurna yang tidak diintervensi oleh pihak mana pun maupun oleh regulasi atau peraturan yang mengganggu keseimbangan harga. Intervensi hendaknya dilakukan hanya ketika terjadi suatu distorsi atau usaha-usaha yang mengganggu terjadinya keseimbangan.

Penetapan harga juga dapat dilakukan dengan cara menambah persentase pada nilai ataupun besarnya biaya pada produksi bagi usaha manufaktur serta modal barang, dengan usaha pedagang. Oleh karena itu, O dalam penetapan harga untuk suatu jasa biasanya

dilakukan dengan mempertimbangkan seluruh biaya yang hendak dikeluarkan serta apa saja pengorbanan dalam hal waktu serta tenaga yang dibutuhkan untuk memberikan layanan terbaik kepada pengguna jasa. Penetapan harga berdasarkan basisnya dibedakan menjadi penetapan harga berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan. Penetapan harga berbasis permintaan lebih berfokus pada hal-hal yang menjadi selera serta preferensi pengunjung dibandingkan pada faktor biaya, laba, serta persaingan. Adapun metode penetapan harga berbasis permintaan terdiri atas *skimming pricing*, *penetration pricing*, *price lining*, *odd-even pricing*, dan *demand-backward pricing*. *Skimming pricing* yaitu strategi yang digunakan dalam menentukan harga tinggi pada produk baru yang akan dikeluarkan selama tahap pengenalan produk, yang kemudian akan diturunkan kembali pada saat persaingan antara pedagang satu dan lainnya. *Penetration pricing* adalah strategi perusahaan yang berusaha menampilkan produk yang akan dikeluarkan dan memasang harga serendah mungkin dengan harapan perusahaan tersebut akan memperoleh peningkatan penjualan yang secara besar-besaran dalam jangka waktu yang relatif singkat. *Price lining* biasanya digunakan oleh perusahaan yang ingin menjual produk lebih dari satu macam. *Odd-even pricing* adalah penetapan harga ganjil-genap dan masih banyak konsumen yang menganggap jika harga Rp49.975 masih di bawah Rp50.000 yang artinya jika konsumen membayar dengan uang Rp50.000 maka masih ada kembalian dari uang tersebut. Perusahaan menggunakan teknik *marketing* seperti itu karena konsumen menganggap harga tersebut di bawah kisaran Rp50.000. *Demand-backward pricing* merupakan strategi dimana perusahaan terkadang memperkirakan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen untuk produk yang relatif mahal seperti barang belanjaan (seperti pakaian dan sepatu anak-anak dan wanita). Perusahaan yang bersangkutan kemudian menentukan deposit yang harus dibayarkan kepada grosir atau pengecer. Strategi terakhir adalah *bundle pricing*, yaitu penetapan harga paket didasarkan pada pandangan bahwa konsumen memberi nilai keseluruhan dari paket tertentu lebih dari nilai komoditas individu. Strategi ini memberikan keuntungan besar baik bagi pembeli maupun penjual. Pembeli dapat menghemat biaya total, sedangkan penjual dapat mengurangi biaya pemasaran.

Biaya menjadi hal yang utama dalam menentukan harga karena merupakan aspek dari penawaran, bukan dari aspek permintaan. Harga ditetapkan berdasarkan biaya yang diperlukan baik untuk memproduksi, seperti biaya langsung dan biaya *overhead*, maupun memasarkan suatu barang. Dari biaya tersebut ditambah dengan jumlah telah ditentukan sehingga dapat menutupi biaya dan laba.

Penetapan harga berbasis laba artinya perusahaan berusaha menyeimbangkan antara pendapatan serta biaya dalam penentuan harga. Penetapan harga berbasis persaingan merupakan penetapan harga yang didasarkan pada persaingan di pasar, misalnya harga dari pesaing untuk barang yang serupa.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pasar-pasar wajib mengikuti sunah yang sama dengan masjid, yaitu siapa pun yang menemukan tempat awal maka ia boleh duduk sampai ia berdiri serta kembali ke rumah ataupun menuntaskan bisnisnya. Harga yang adil hanya dapat terbentuk pada pasar kompetitif atau persaingan sempurna yang tidak diintervensi oleh pihak mana pun maupun oleh regulasi atau peraturan yang mengganggu keseimbangan harga. Intervensi hendaknya dilakukan hanya ketika terjadi suatu distorsi atau usaha-usaha yang mengganggu terjadinya keseimbangan.

Penetapan harga juga dapat dilakukan dengan cara menambah persentase pada nilai ataupun besarnya biaya pada produksi bagi usaha manufaktur serta modal barang, dengan usaha pedagang. Dalam suatu penetapan harga jasa, biasanya dilakukan dengan bagaimana mempertimbangkan seluruh biaya yang hendak dikeluarkan serta apa saja pengorbanan antara waktu serta tenaga dalam memberikan layanan terbaik kepada pengguna jasa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Allen, D. (2004). *Dealing With Your Meeting Notes*. Diperoleh pada tanggal 3 Maret 2005 dari URL: <http://www.effectivemeetings.com/meetingbasics/>
- Daft, R. L. (2010). *Organization Theory and Design* (10th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Amalia, Euis. (2013). Mekanisme dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad*, V(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v5i1.2552>
- George, J. M., & Jones, G. R. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior* (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2010a). Islamic Finance: from Sacred Intentions to Secular Goals? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1(2), 85–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17590811011086697>

- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2010b). The Two Ways of Islamic Accounting Research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1(1), 5–9. <https://doi.org/10.1108/17590811011033370>
- Haq, I. N. (2018). Determination of Price and Customer Satisfaction. *Journal of Economic Studies*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.32506/joes.v1i2.179>.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia. Disingkat: SAK EMKM.
- Kamla, R. (2009). Critical Insights into Contemporary Islamic Accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(8), 921–932. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2009.01.002>
- Malaka, Mashur. (2014).Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha. *Jurnal Al-‘Adl*, 7(2), Juli 2014.
- Muslimin, Supriadi, Zainab, Zainab, & Jafar, Wardah. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1). <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Psychoanalysis Institute to Open in The New Year. (1948, 18 September). [Kliping Koran]. Salinan arsip milik arsiparis.
- Saragih, Henri. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya terhadap Volume Penjualan pada PT Nutricia Indonesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 46–54.
- Wali, K., Saleh, S., & Paridon, K. Van. (2019). The Causes and Effects of Earnings Management on Stock Prices in the Operating Companies: An Empirical Study in the Dutch and German Listed Companies. *International Conference on Accounting, Business Economics and Politics*, February, 314–327. <https://doi.org/10.23918/icabep2019p38>
- Wynne, B. M. (2003). *U.S. Patent No. 6,606,963*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.