

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Harga

Harga menurut Ridwan Iskandar Sudayat adalah nilai pertukaran suatu barang dengan barang lain. Muti dan John mendefinisikan bahwa harga suatu unsur yang mampu menghasilkan pendapatan atau nilai tambah. Harga adalah ketentuan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk yang diinginkan.¹ Fungsi harga untuk perekonomian masyarakat sangat mempengaruhi tingkat upah, keuntungan, sewa, dan bunga. Karena harga sebagai alat alokasi modal, tenaga kerja, tanah, kewirausahaan. Fungsi harga bagi konsumen harga menjadi faktor penentu mengambil keputusan pertukaran suatu produk dan jasa dengan mempertimbangkan citra merek, lokasi, layanan, nilai, dan kualitas yang diperoleh konsumen. Berikut jenis harga, tahapan penentuan harga dan metode penetapan harga:

1. Jenis- Jenis Harga

- a. Harga daftar (*list price*) adalah harga yang diberitahukan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli mendapat potongan.
- b. Harga netto (*net price*) adalah harga yang wajib dibayarkan, biasanya harga daftar dikurangi potongan harga.

¹ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Bandung: Pustaka Setia, 2004), 62.

- c. Harga zona (*zone price*) adalah harga yang memiliki nominal sama untuk daerah geografis tertentu.
 - d. Harga titik dasar (*basing point price*) harga yang berdasarkan titik lokasi tertentu haya memiliki harga tertentu.
 - e. Harga stempel pos (*postage stamp delivered price*) adalah harga sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.
 - f. Harga pabrik (*factory price*) adalah harga yang ditetapkan oleh pabrik atau tempat produksi.
 - g. Harga F.A.S (*free alongside price*) adalah untuk barang yang dikirim lewat laut dan biaya angkut ditanggung penjual sampai kapal merapat pelabuhan, namun biaya pembongkaran dibebankan pembeli.
 - h. Harga C.I.F (*cost, insurance and freight*) adalah harga ekspor dan biaya asuransi, biaya pengiriman barang sampai diserahkan pada pembeli di pelabuhan yang dituju.
 - i. Harga gasal (*odd price*) harga nominal angkanya tidak bulat, misalnya Rp 1.999.999.²
2. Tahap-Tahap Penetapan Harga
- William J Stanton mengungkapkan penetapan harga memiliki lima tahap, yaitu:
- a. Mengestimasi untuk permintaan barang

² Suhardi Sigit, *manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: UTS,2000), 185-186.

- 1) Menentukan harga yang diharapkan dengan harga yang ditentukan dapat diterima oleh seluruh kalangan konsumen.
- 2) Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.
- b. Mengetahui terlebih dulu reaksi dari pesaing
- c. Menentukan pangsa pasar
- d. Menentukan strategi harga
 - 1) Penetapan harga penyaringan dengan memberikan harga yang tinggi kemudian jika penjualan naik maka harga akan diturunkan strategi ini biasanya untuk produk baru.
 - 2) Penetapan harga penetrasi, strategi harga yang rendah untuk meningkatkan penjualan dalam waktu singkat.
- e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat produk, sistem distribusi dan sistem promosi.³
3. Metode penetapan harga
 - a. Metode taksiran (*judgemental Method*) yaitu penetapan harga dengan melihat market kemudian penetapan harga berdasarkan instink perkiraan.
 - b. Metode berbasis pasar (*Market Based Pricing*)
 - 1) Harga pasar saat ini (*current market price*)
 - 2) Harga pesaing (*competitor price*)
 - 3) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*)
 - c. Metode berbasis biaya

³ Ahmad Syafii, dkk, *Ekonomi Mikro* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 24.

1) Biaya penuh dengan tambahan tertentu (*full costing*)

Biaya (*cost*) adalah nilai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah, sedang dan bahkan akan terjadi untuk suatu tujuan.⁴ Hubungan dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan pertama biaya langsung dan biaya tidak langsung. Sedangkan menurut Garrison biaya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

- a) Biaya produksi atau biaya langsung yaitu kebutuhan biaya pada bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, *overhead* pabrik.
- b) Biaya non produksi atau biaya tidak langsung yaitu biaya penjualan yang dipengaruhi oleh harga pesaing, biaya potongan untuk distributor dan biaya administrasi.

Biaya berdasarkan *full costing* adalah penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Baik biaya langsung ditambah dengan biaya tidak langsung.⁵ Metode *full costing* dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar biaya yang ditentukan di awal. Metode *full costing* pembebananya

⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: BPFE, 2010), 8.

⁵ Mochammad Ali Imron, *Pengantar Bisnis Modern* (Banten: Desanta Multiavisitama), 138.

bukan pada periode tertentu. Jadi pembebanan biaya pada produk di awal yang akan dijual dan belum terjual tidak terpengaruh dengan periode waktu.⁶ Berikut metode perhitungan *full costing*:

Biaya bahan baku	Rp. xxx.xxx
Biaya tenaga kerja	Rp. xxx.xxx
Biaya <i>overhead</i> variabel	Rp. xxx.xxx
Biaya <i>overhead</i> tetap	<u>Rp. xxx.xxx</u> +
Harga pokok produksi	Rp. xxx.xxx

Penghitungan *full costing* untuk mendapatkan informasi perencanaan anggaran, pengendalian biaya, penetapan harga, untuk membantu pengambilan keputusan. Fungsi penetapan *full costing* untuk mempermudah penjualan, produksi, personalia dan administrasi. Proses perhitungan memiliki tujuan agar efisiensi dan kinerja setiap perusahaan, maupun komponen dalam pelayanan di perusahaan dapat dilihat dengan baik. Kelebihan metode *full costing*, yaitu:

- a) Mudah diterapkan, metode ini tidak melakukan pemisahan-pemisahan dalam pengalokasian biaya *overhead* sehingga hal ini memudahkan bagi manajer untuk melakukan penghitungan.

⁶ Masiyah Kholmi, *Akutansi Manajemen* (Malang: UMMPress, 2013), 94.

- b) Mudah diaudit karena jumlah biaya yang digunakan tidak ada pemisahan-pemisahan dalam biaya yang mutlak dilakukan, maka hal ini akan lebih memudahkan auditor dalam suatu proses audit.

Kekurangan dari metode *full costing* dapat mendistorsi biaya produk bila terjadi biaya *overhead* tidak ada pemisahan yang jelas, total komponen biaya *overhead* dalam suatu biaya produk senantiasa terus meningkat pada saat persentase biaya *overhead* semakin besar, banyak kegiatan yang termasuk dalam kegiatan penjualan dan administrasi yang sebenarnya.⁷

2) Biaya *variable* dengan tambahan tertentu (*variable costing*).⁸

Variable costing merupakan penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel saja.⁹ Metode variabel *costing* membebankan hanya biaya variabel ke produk. Sedangkan biaya bersifat tetap seperti depresiasi, asuransi, pajak, gaji supervisor, *maintenance*, dan sebagainya akan dikeluarkan dari biaya produk.

Berikut metode penghitungan *variabel cost*:

⁷ Temy Setiawan, Julianti Sjarief dan Synthia Madyakusumawati, *Mahir Akutansi Biaya dan Manajemen* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2020), 98-100.

⁸ Agus Zainul Arifin, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2018), 21-24.

⁹ Emy Iryanie dan Monika Handayani, *Akutansi Biaya* (Banjarmasin: Poliban Press, 2019), 77.

Bahan Baku langsung	x.xxx.xxx
Tenaga kerja langsung	x.xxx.xxx
<i>Overhead</i> Variabel	<u>x.xxx.xxx</u> -
Harga Pokok Produksi	x.xxx.xxx

Keunggulan metode variabel *costing* dalam pengambilan keputusan manajerial memerlukan rincian biaya menjadi komponen variabel dan komponen tetap, metode ini terdapat konsistensi dengan rincian biaya. Kelemahan metode *variable costing*, yaitu:

- a) Dalam praktik perusahaan seringkali mengalami kesulitan memisahkan biaya tetap dan variabel.
- b) Kalkulasi biaya variabel tidak diperbolehkan untuk kepentingan eksternal.
- c) Tidak memperhitungkan biaya *overhead* tetap dalam persediaan *finished goods* dan harga pokok produksi, akan mengakibatkan nilai persediaan lebih rendah, sehingga akan mengurangi modal kerja yang dilaporkan untuk tujuan analisis keuangan.

B. Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam

Harga dalam fiqh Islam memiliki suatu istilah pertama *As Saman* adalah penentuan harga suatu barang. Kedua, *as si'r* adalah harga yang berlaku secara actual dalam pasar. Ulama fiqh menyebutkan ada dua macam *as si'r*, yaitu: harga yang terjadi secara alami tanpa campur tangan

pemerintah dan harga yang terjadi karena adanya campur tangan pemerintah dengan mempertimbangkan modal, keadaan ekonomi dan daya beli masyarakat.

Kegiatan perekonomian Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu Islam menekan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas dalam transaksi ekonomi merupakan tanggung jawab kepada setiap pelaku yang terlibat dalam transaksi muamalat. Bagi seorang muslim nilai-nilai yang diterapkan merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT.¹⁰ Prinsip ekonomi Islam merupakan kaidah pokok yang membangun struktur ekonomi Islam yang digali dari al-Qur'an dan hadis. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam kegiatan ekonomi. Ajaran Islam melarang aktivitas ekonomi yang mengandung gharar yang berarti resiko, ketidakpastian dan ketidakjelasan.¹¹

Aktivitas dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma yang berlaku dalam ketentuan syari'at Islam. Aktivitas yang berhubungan dengan pola produksi di bawah pengaruh semangat Islam, seperti:¹²

¹⁰ Veithal Rivai, dan Faisar Ananda, *Islamic Business and Economic ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 1.

¹¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers), 29- 58.

¹² Surahwardi Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 22-28.

- a. Barang dan jasa yang haram tidak diproduksi dan dipasarkan.
- b. Produksi barang yang bersifat kebutuhan sekunder dan tersier disesuaikan dengan permintaan pasar.
- c. Produsen hendaklah tetap melakukan kontrol (mempertimbangkan sepenuhnya) permintaan pasar.

Dalam proses produksi dan pemasaran, produsen harus mempertimbangkan aspek ekonomi misalnya tidak melakukan kegiatan produksi dengan biaya tinggi. Sedangkan dalam aspek mental budaya, produsen tidak dibenarkan, memproduksi barang dan jasa yang akan merusak mental dan budaya masyarakat. Ide keadilan dan kebajikan Islam berfungsi sebagai norma dalam perdagangan. Seorang pengusaha muslim tidak dibenarkan sama sekali dalam melakukan kegiatan ekonominya selalu bertumpuk kepada tujuan untuk mengejar keuntungan materi semata. Akan tetapi seorang pengusaha muslim juga berkewajiban untuk mendukung dan menguntungkan pihak konsumen yang mempunyai tingkatan ekonomi lebih rendah dari padanya.¹³

1. Nilai Instrumental Ekonomi Islam

Ada tiga nilai instrumental yang sangat memengaruhi pada tingkah laku ekonomi manusia dan masyarakat serta pembangunan ekonomi umumnya sebagai berikut:

- a. Pelarangan Riba

¹³ Anshari Thayyib, *Konsep Ekonomi Ibnu Taymiyah* (Surabaya: Bina Ilmu, 1997), 103-109.

Pelarangan riba dalam Islam pada hakikatnya berarti penolakan terhadap resiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak lainnya dijamin kuntungannya. Bunga pinjaman uang, baik untuk tujuan produktif atau konsumtif dengan tingkat bunga tinggi atau rendah, dan dalam jangka waktu panjang maupun pendek, adalah termasuk riba.¹⁴ Dan Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوُؤْنَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ۙ

لَشَيْطَانٍ مِّنَ الْمَسْرُوفِ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا ۖ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ

وَإِحْلَ ۙ لِلَّهِ الْبَيْعُ حَرَمٌ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ

فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ

النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat): “Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,” padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

¹⁴ Bustanuddin Agus *Pengembangan Ilmu Ilmu Sosial* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), 82.

Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Rabbnya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah ayat 275).¹⁵

Riba di tengah masyarakat tidak hanya berpengaruh dalam kehidupan ekonomi, tetapi dalam seluruh kehidupan manusia. Riba dapat membuat proses kemiskinan struktural terjadi, contoh paling nyata adalah utang negara berkembang terhadap negara maju yang terus menerus terjadi, dengan rendahnya tingkat peminjaman dan tingginya biaya bunga, karena menjadikan peminjaman tidak pernah keluar dari ketergantungan. Selain itu rakyatpun menjadi korban dari tingginya tingkat kebutuhannya hidup, dan ini dinamakan dampak *inflatoire*, yang diakibatkan oleh bunga sebagai biaya uang, ini terjadi karena salah satu elemen penentuan harga adalah suku bunga, semakin tinggi suku bunga maka semakin tinggi harga yang ditetapkan.¹⁶

b. Kerjasama Ekonomi

Dalam rangka untuk mengganti transaksi bunga, ekonomi Islam memberikan insentif memobilisasi sumber daya kedalam usaha produktif yang diperbolehkan melalui partisipasi dan perluasan kerjasama antar agen dan proyek-proyek ekonomi, diversifikasi efektif produksi, investasi dan risiko yang dicapai.

¹⁵ Ahmad Hatta, *Tafsir Quran Per Kata* (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2009), 47.

¹⁶ Syafii Antoni, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 41.

Dengan demikian harga resiko dalam makna tingkat suku bunga digantikan oleh *expected rate of return* (tingkat pengembalian yang diharapkan). Pengembalian sektor ril dibagi oleh para peserta dalam perusahaan. Kompetisi marginal antara sektor moneter dan sektor ril, antara pemilik modal dan tenaga kerja, serta antara orang kaya dan miskin yang disebabkan oleh prevalensi suku bunga, semuanya digantikan oleh usaha partisipatif. Dengan cara lain, mobilisasi sumber daya melalui *profit sharing* terkait langsung dengan komplementaritas antara kegiatan ekonomi dan pelaku ekonomi. Dengan demikian kerja sama (*Cooperative*) merupakan karakter dalam masyarakat ekonomi Islam versus kompetisi bebas dari masyarakat kapitalis dan kediktatoran ekonomi marxisme.¹⁷

2. Faktor yang Mempengaruhi Harga

Ketentuan harga dalam negara Islam diantaranya:

- a. Kenaikan harga sebenarnya, hal ini terjadi adanya penambahan modal, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.
- b. Kenaikan harga bantuan, terjadi adanya pegusaha yang serakah, adanya pengusaha yang sengaja menimbun.¹⁸ Sabda Rosulullah:

¹⁷ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, 92.

¹⁸ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997), 156.

كَانَ سَعِيدُ بْنُ الْمُسَيَّبِ يُحَدِّثُ. أَنَّ مَعْمَرًا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. مَنْ اخْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ.

Artinya: "Sa'id Ibnu Musayyib telah menceritakan, sesungguhnya ma'mar berkata, Rosululloh SAW bersabda: "Barang siapa yang menimbun maka dia telah berbuat dosa". (HR. Muslim, no 1605)

Contoh kenaikan harga buatan:¹⁹

- 1) *Najsy*, adalah pedagang menawar dengan memuji dagangan agar biasa menaikkan harga dan pembeli yang mula-mula tidak menginginkan dagangan tersebut jadi membeli dengan harga tinggi
 - 2) *Bay'' Ba'dh 'Ala Ba'dh* adalah proses terjadinya negosiasi terhadap barang dagangan yang diberikan dengan menaikkan harga jual atau menurunkan harga jual dengan signifikan.
 - 3) *Talaqqi al-Rukban* adalah pengalokasian barang dagangan yang disalurkan ke pasar terjadi adanya hambatan akibat pemindahan barang ke suatu pengusaha atau perorangan agar dagangan bisa di jual lagi ke pasar dengan harga yang lebih tinggi, akibatnya masyarakat mendapat harga yang tidak alami.
- c. Harga monopoli dimana hanya terdapat satu penjual menyebabkan penguasaan produksi dan pemasaran terhadap barang menyebabkan persaingan tidak sehat dapat merugikan

¹⁹ Isnaini Harahap, dkk, *Hadi-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2015), 186.

kepentingan umum. Harga monopoli oleh pelaku usaha dilarang oleh pemerintah, pada Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 ayat 1, yang berbunyi:

*”Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atau produksi dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan jasa persaingan usaha tidak sehat”.*²⁰

Dan Allah SWT berfirman dalam QS. Hud ayat 85, yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya:” Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.²¹

3. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam penetapan harga dalam ekonomi Islam, yaitu:

a. Permintaan dan penawaran

Istilah yang digunakan Ibnu Taimiyah untuk menunjukan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya sesuatu yang kompleks. Faktor penentu permintaan, yaitu:

1) Harga barang yang bersangkutan merupakan determin penting dalam permintaan. Semakin tinggi tingkat harga, maka semakin rendah jumlah permintaan.

2) Pendapatan konsumen

²⁰ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²¹ Ahmad Hatta, *Tafsir Quran Per Kata* (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2009), 231.

- 3) Harga barang lain yang berkaitan
- 4) Keinginan sesuai selera konsumen
- 5) *Ekspetasi* (pengharapan)
- 6) *Maslahah*

Istilah penawaran menurut Ibnu Taimiyah dimisalkan sebagai ketersediaan barang di pasar. Faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu:

- 1) *Maslahah*, secara terminologi adalah mengambil manfaat dan menolak *mudharat* (bahaya) dalam rangka memelihara tujuan *syara* (hukum Islam). Tujuan *syara* yang harus dijaga tersebut adalah menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, harta. Apabila seseorang menjalankan aktivitas harus mengutamakan memelihara lima tujuan *syara* tersebut. Manfaat yang diberikan oleh Allah SWT sebagai pembuat hukum untuk umat Islam memiliki tujuan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, harta. Agar terhindar dari kerugian baik didunia maupun diakhirat.²²
- 2) Keuntungan pertama, pada harga barang oleh pemikir ekonomi klasik, jika harga barang naik, maka jumlah keuntungn per produk yang akan diperoleh juga naik berdampak pada tingkat keuntungan yang didapatkan sehingga mendorong produsen menaikkan jumlah penawaran. Kedua, biaya produksi sangat

²² Harun, *Konsep Maslahah Sebagai Teori Istimbath Hukum Islam*, jurnal digital inspirasi vol. 5 (juni 2009), 24.

berpengaruh pada tingkat keuntungan. Jika biaya turun, maka keuntungan dan penjualan meningkat sehingga mendorong produsen menaikkan jumlah penawaran atau pasokan disebut juga ketersediaan barang di pasar.

b. Harga yang adil dalam Islam

Transaksi bisnis dalam lingkup ekonomi Islam harus menerapkan keadilan agar jauh dari sistem eksploitasi atau penindasan (*kedzaliman*) yang berakibat menguntungkan sebagian pihak dan juga merugikan pihak lain.²³ Penetapan harga harus memberikan manfaat bagi pembeli dan penjualnya. Dan Allah SWT berfirman dalam QS. Hud ayat 85, yang berbunyi:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ

أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ.

*Artinya: "Dan wahai kaumku! penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, janganlah kamu merugikan manusia pada hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan membuat kerusakan".*²⁴

Menurut Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), berdasarkan makna adil yang adda dalam Al-Qur'an

²³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2008), 94

²⁴ Ahmad Hatta, *Tafsir Quran Per Kata* (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2009), 231.

sebagaimana disebutkan diatas, maka bisa diturunkan sebagai nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut:²⁵

1) Persamaan Kompensasi Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan inilah yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya.

2) Persamaan Hukum

Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama didepan hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang didepan hukum atas dasar apapun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak ada alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari kedua golongan tersebut.

3) Moderat

Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang. Jika orang

²⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2008), 95

yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengah. Hal ini memberikan suatu implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperberat ataupun keputusan yang terlalu memperingankan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

4) Proposional

Adil tidak selalu diartikan sebagai kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proposional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan, tanggung jawab, ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

c. Laba (Keuntungan)

Ibnu Taimiyah menggunakan istilah *Al- ribh alma'ruf* untuk menunjukkan konsep keuntungan. Secara teknis, istilah tersebut bermakna keuntungan yang pantas diperoleh tanpa merugikan kepentingan penjual ataupun kepentingan pembeli. Keuntungan yang diperbolehkan oleh Ibnu Taymiyyah adalah keuntungan yang adil atau keuntungan yang setara, yaitu keuntungan normal yang secara umum diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan.²⁶ Organisasi konferensi Islam (OKI) yang diadakan dalam pertemuan kelima di

²⁶ Supriadi, *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam* (Bogor:Guepedia Publisher,2018), 74.

Kuwait pertanggal 10-15 Desember 1988 M, melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang, yaitu:²⁷

- 1) Hukum asal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syariat adalah memberikan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoperasikan harta benda mereka dalam binngkai syariat Islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah didalamnya.
- 2) Tidak ada standarisasi dalam pengambilan keuntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan berbagai transaksi jual-beli mereka. Hal ini dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi perdagangan dan kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam Islam, seperti sikap santun, *qana'ah*, toleransi, dan memudahkan.
- 3) Terdapat banyak dalil-dalil dalam ajaran syariat Islam yang mewajibkan segala bentuk muamalah bebas dari hal-hal yang haram, seperti penipuan, kecurangan, memanfaatkan ketidaktahuan orang lain, memanipulasi keuntungan (monopoli penjualan), yang kesemuanya adalah mudharat bagi masyarakat umum maupun kalangan khusus.
- 4) Pemerintah tidak boleh ikut campur menentukan standar harga kecuali kalau melihat adanya hal tidak beres di pasar dan tidak beresnya harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat. Dalam

²⁷ Adiwarman Karim, *Ekonomi Makro Islam.*, 82.

kondisi demikian, pemerintah boleh turut campur dengan berbagai sarana yang memungkinkan untuk mengatasi berbagai faktor sebab ketidakberesan dan kenaikan harga.

d. Larangan Ikhtikar

Praktik ikhtikar akan menyebabkan mekanisme pasar terganggu dimana produsen kemudian akan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Rasulullah telah melarang praktik ikhtikar, yaitu secara sengaja menahan atau menimbun (hoarding) barang, terutama pada saat terjadi kelangkaan, dengan tujuan untuk menaikkan harga dikemudian hari. Pada hakikatnya jual beli merupakan usaha untuk memperoleh laba dengan menaikan modal, membeli barang/bahan yang lebih rendah/murah kemudian diolah menjadi barang untuk dijual dan menjualnya dengan harga yang lebih tinggi. Adapun proses dalam penentuan harga tidak hanya dilakukan oleh salah satu pihak saja melainkan melalui berbagai proses yang melibatkan berbagai pihak sehingga harga di pasar muncul atas kehendak pasar untuk meraih keuntungan. Ibnu Taimiyah mengakui ide tentang keuntunngan yang merupakan motivasi para pedagang. Menurutnya para pedagang berhak memperoleh keuntungan melalui cara-cara yang dapat diterima secara umum tanpa merusak kepentingan dirinya sendiri dan kepentingan umum.

e. Akad

Akad terjadi karena adanya kesepakatan antara dua pihak atau lebih. Akad dalam aturan Islam harus memegang rasa keridaan antara dua pihak atau lebih yang bersangkutan. Definisi akad menurut Abdul Razak Al-Sanhuri dalam nadhariyatul aqdi, akad adalah kesepakatan dua belah pihak atau lebih yang menimbulkan kewajiban hukum yaitu konsekuensi hak dan kewajiban yang mengikat pihak-pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam kesepakatan tersebut.²⁸

²⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2008), 96.