

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Beli menurut bahasa artinya menukarkan sesuatu dengan sesuatu, sedangkan menurut syara' artinya menukarkan harta dengan harta menurut tata cara yang telah ditentukan ('aqad). Jual beli adalah saling tukar-menukar. Jual beli dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah al- bay'. Secara terminology jual beli adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pihak pembeli terhadap sesuatu barang dengan harga yang telah disepakati keduanya. Menurut syari'at Islam jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ganti yang dapat dibenarkan atau telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Jual-beli atau bay'u adalah suatu kegiatan tukar-menukar barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak baik dilakukan dengan menggunakan akad ataupun tidak menggunakan akad.¹¹ Penjual dan pembeli telah mengetahui bahwa transaksi jual-beli telah berlangsung dengan sempurna.

2. Rukun Jual Beli

Menetapkan rukun jual-beli, terjadi perbedaan pendapat antar ulama. Menurut Ulama Hanafiyah, rukun jual-beli adalah ijab dan qabul yang

¹¹ Ali Imran, *Fikih Taharah, Ibadah Muamalah* (Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis, 201), 10.

menunjukkan pertukaran barang secara rida atau saling merelakan, baik dengan ucapan maupun perbuatan.

Rukun jual-beli menurut Jumhur Ulama ada empat, yakni: Penjual (*Bai'*), Pembeli (*Mustari*), Ijab dan qabul (*Shighat*), dan Benda atau barang (*Ma'qud 'alaih*).¹²

B. Harga

1. Pengertian Harga

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Price*, sedangkan dalam bahasa arab berasal dari kata tsaman atau si'ru yakni nilai dan harga suatu barang atau jasa yang terjadi atas dasar suka sama suka (an-taradin) pemakaian kata tsaman lebih umum dari pada qimah yang menunjukkan harga rill yang telah di sepakati. Sedang si'ru adalah harga yang telah ditetapkan untuk barang dagangan. Harga adalah merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan.¹³ Harga adalah suatu nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut dengan pelayanannya.

Definisi harga menurut Ridwan Iskandar Sudayat adalah tahapan dari pertukaran barang satu dengan barang lain. Sedangkan Harga menurut Murti dan John yakni menyatakan bahwa harga merupakan komponen tunggal yang menghasilkan pendapatan, Harga merupakan sejumlah uang yang harus

¹² 7 Rahmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah untuk UIN, STAIN, PTANIS, dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 76.

¹³ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 154.

dibayarkan sesuai dengan nilai yang telah disepakati untuk mendapatkan suatu produk tertentu.¹⁴

Sebuah perusahaan apabila ingin sukses dalam memasarkan barang atau jasa harus menetapkan harganya secara tepat dan benar untuk menghindari adanya kerugian. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya harga dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah atau disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan dalam jangka panjang.

Fikih Islam terdapat dua istilah berbeda mengenai harga barang, yaitu *al-si''r*. *Al-Tsaman* adalah harga satuan barang atau jasa atau nilai sesuatu. Sementara *al-si''r* adalah harga yang ditentukan untuk barang dagang. Kata *al-si''r* jamaknya *Al-as''ar* artinya harga (sesuatu), kata *Al-si''r* ini digunakan dipasar untuk menyebut harga (di pasar). Fluktuasi harga suatu komoditas berkaitan erat dengan *al-si''r* atau harga yang digunakan dipasar bukan *al-Tsaman*. Karena *al-si''r* merupakan harga aktual yang terbentuk saat terjadinya proses jual beli.¹⁵

Penetapan harga yang berlaku secara alami, tanpa adanya campur tangan dari pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dagangannya dengan harga yang wajar yakni dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diperoleh. Penetapan harga yang berlaku secara alami, tidak adanya

¹⁴ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi dasar-dasar ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 62.

¹⁵ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syari''ah*, (Jakarta: Rajawali Pers,2016), 37.

campur tangan dari pemerintah karena dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak-hak yang didapat oleh pedagang maupun produsen. Kemudian harga komoditas yang telah ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang ataupun produsen serta melihat situasi dan keadaan daya beli masyarakat dan ekonomi yang riil. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.

Berhubungan dengan penjualan produk harga akan sesuai dengan kualitas dari suatu produk. Dengan kualitas tinggi maka akan diberikan dengan harga yang tinggi. Sebaliknya juga untuk penjualan produk yang memiliki kualitas rendah maka juga akan diberikannya dengan harga yang rendah pula. Dalam persaingan ini perusahaan dituntut untuk dapat memberikan produk yang memiliki kualitas yang tinggi dan memiliki nilai merek pada tingkat harga tertentu yang dapat dijangkau oleh para konsumen dan dapat diterima di pasaran.

2. Konsep Harga

Dalam *price* (penentuan Harga) klasik, selalu digunakan dalam pendekatan permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Namun saat ini banyak terjadi penyimpangan yang mengakibatkan pada penentuan harga secara berlebihan atau terlalu mahal bahkan terlalu murah. Selama ini banyak orang yang memahami yakni dengan tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Hukum ekonomi klasik dalam perdagangan hanya mengandalkan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun demi tercapainya tujuan utamanya. Dalam

ekonomi konvensional, motivasi utama bagian produsen adalah mencari keuntungan sebesar mungkin/ maksimal. Dalam ekonomi konvensional produsen memiliki tujuan yakni menggandakan materi yang akan didapatkan oleh perusahaan tersebut. Oleh karenanya, produsen adalah seseorang profit sekedar sekaligus profit *maximize*.

Strategi, konsep dan teknik berproduksi semuanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan yang maksimum, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.¹⁶

Konsep Islam mengenai penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan penawaran dan juga permintaan. Dalam pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi satu sama lain. Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi deal pembeli dan penjual tidak ada teraniaya dan benar-benar sukarela.

3. Faktor yang Mempengaruhi Harga

Ketentuan harga di dalam negara Islam di antaranya:

¹⁶ M. Nur Arianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2010), 157.

a. Kenaikan Harga Sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bisa terjadinya karena bertambahnya berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, persediaan uang dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

b. Kenaikan Harga Buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun, serta pengusaha yang serakah.

c. Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok

Suatu agama yang mengawasi dan mengatur makanan kita yang memiliki maksud menjadikan manusia murni, tidak akan mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena ini merupakan kebutuhan pokok orang biasa, sehingga kebutuhan pokok tersebut dapat dibeli dengan harga murah.

d. Harga Monopoli

Monopoli adalah upaya perusahaan atau kelompok perusahaan yang relatif besar dan memiliki posisi dominan untuk meningkatkan atau mengatur kontrol terhadap pasar dengan cara berbagai praktik anti kompetitif seperti persaingan yang tertutup dan penetapan harga yang mematikan. Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual. Sehingga harga pada pasar monopoli ini lebih tinggi.

Sementara itu praktik monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

4. Penyebab Rusaknya Harga

Ekonomi Islam memperbolehkan siapapun untuk berbisnis. Namun, dia tidak boleh melakukan distorsi yang bisa merusak harga ataupun mendistorsi pesaing yang lain. Oleh sebab itu, Islam melarang praktik-praktik jual beli yang bisa merusak harga antara lain seperti halnya:

- a. Penipuan misalnya kalousi produsen dan distributor dalam menetapkan harga (*conspiratorial price fixing*), ketidaktahuan konsumen hanya memanfaatkan kekuasaan dan manipulasi harga.
- b. *Gharar*, jual beli yang tidak dapat dipercaya, tidak dapat diketahui harganya, dalam suatu kondisi bahaya, barangnya serta keselamatan kondisi barang yang waktu diperolehnya.
- c. *Ghaban* adalah selisih antara harga yang telah disepakati pembeli dan penjual dengan harga yang disepakati pembeli dan penjual dengan harga pasar akibat ketidaktahuannya pembeli mengenai harga yang ada. Sedangkan *tadlis* adalah suatu tindak kejahatan yakni penipuan pada pihak pembeli dan penjual dengan menyembunyikan cacat pada saat dilakukannya proses transaksi.¹⁷

5. Batas Penentu Harga

Perubahan harga bukan tanpa adanya batas, melainkan terbatas oleh permintaan (*customer demand*), persaingan (*competition*), dan biaya (*cost*). Tingkat harga akan bergerak berfluktuasi dalam ruang gerak persaingan mengikuti kekuatan pesaing yang lebih besar. Akan tetapi, perubahannya tidak

¹⁷ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPEF Yogyakarta, 2004), 325.

melebihi batas harga tertinggi dari permintaan pasar (batas atas) ataupun tidak lebih rendah dari biaya yang ditanggung produsen (batas bawah).

6. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (*hijrah*) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (*muhtasib*). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan penawaran dan permintaan yang dialami.

C. Penetapan Harga

1. Tahap-tahap Penetapan Harga

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.¹⁸

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung :

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 223.

- a. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- b. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antarlain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.¹⁹

Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut William J. Stanton bahwa penetapan harga memiliki lima tahap yaitu :²⁰

- a. Mengestimasi untuk permintaan barang

Pada tahap ini seharusnya perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru.

- b. Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi persaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain barang pengganti atau substitusi.

¹⁹ Ibid., 224.

²⁰ Marius Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta Raja Grafindo, 2002), 274.

- c. Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

Dalam menentukan sebuah pangsa pasar yang dapat diharapkan oleh kalangan perusahaan yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapkan *market share* yang lebih besar. Memang harus disadari bahwa untuk mendapatkan *market share* yang lebih besar ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu.

- d. Strategi harga

Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai.

- e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Faktor-faktor lainnya yang perlu dipertimbangkan pada penentuan harga seperti mempertimbangkan politik pada pemasaran dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosinya.

2. Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

Faktor yang mempengaruhi penawaran menurut Ibnu Khaldun adalah banyaknya permintaan tingkat keuntungan relative (tingkat harga), tingkat usaha manusia (produktifitas) Omisalnya besarnya tenaga buruh termasuk termasuk ilmu pengetahuan yang dimiliki dan keterampilan yang dimiliki, keamanan dan ketenangan serta kemampuan teknik dan perkembangan secara

keseluruhan. Adapun faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi penawaran terhadap suatu barang:

a. Biaya dan teknologi

Biaya dan teknologi adalah dua konsep yang sangat erat berkaitan satu sama lain. Yang dimaksud dengan biaya adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan jasa mencakup biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jika sistem ekonomi konvensional dalam dalam operasionalnya.

Teknologi adalah penemuan dan peningkatan teknologi yang diterapkan untuk menurunkan biaya produksi contohnya adalah penggunaan robot dan komputer. Jika diterapkan teknologi baru dan sebagainya.

b. Jumlah penjual

Jumlah penjual memiliki dampak langsung terhadap penawaran makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu makin tinggi penawaran.

c. Dugaan tentang masa depan

Aspek dugaan atau ekspektasi terhadap masa depan mencakup dugaan mengenai perubahan harga dari barang tersebut. Misalnya, jika penjual menduga bahwa harga barangnya akan meningkat dimasa depan, ia akan mengurangi penawarannya pada saat ini. Akibatnya penawarannya berkurang. Hal ini dilarang oleh nabi, karena seperti nanti yang akan kita lihat, perilaku ini mengakibatkan harga dipasar melonjak.

d. Kondisi alam

Kondisi alam seperti terjadi banjir, gempa bumi dan sebagainya. Bisa mengakibatkan penawaran barang- barang tertentu berkurang khususnya barang-barang hasil pertanian.²¹

3. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan.

Kotler menyebutkan beberapa rincian pada prosedur enam langkah dalam menetapkan harga :²²

- a. Pada awalnya perusahaan harus memposisikan penawaran pada pasar, karena semakin jelas tujuan perusahaan maka semakin mudah perusahaan menetapkan harga.
- b. Setiap harga mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan. Umum

²¹ Ibid., 280.

²² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009), 76.

nya permintaan berhubungan terbalik atau semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan.

- c. Permintaan menetapkan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk memproduksinya. Karena perusahaan ingin mengenakan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi, penjualan termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan risikonya. Tetapi ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.
- d. Perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat jika penawaran dari perusahaan tidak mengandung fitur yang tidak ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai itu ke harga pesaing.
- e. Perusahaan memilih metode penetapan harga yang mencakup satu atau lebih dari tiga pertimbangan.
- f. Metode penetapan harga mempersempit kisaran dari mana perusahaan harus memilih harga akhirnya.

D. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Pengertian tentang hakikat ekonomi Islam yang dikemukakan oleh beberapa ahli ekonomi islam, yaitu:

Menurut M. Akram Khan bahwa ilmu ekonomi Islam memiliki tujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam atas dasar partisipasi

dan kerja sama. Definisi yang dikemukakan Akram Khan ini memberikan dimensi normatif (kebahagiaan hidup didunia maupun akhirat) serta dimensi positif (mengoptimalkan sumber daya alam yang ada). Ilmu Ekonomi Islam adalah Ilmu normatif dikarenakan terikat oleh norma-norma yang sudah ada dalam ajaran dan sejarah masyarakat Islam. Ilmu Ekonomi Islam juga merupakan ilmu positif karena dalam beberapa hal, ia telah menjadi panutan umat Islam.²³

Menurut Muhammad Abdul Mannan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Menurut M. Umer Chapra bahwa ilmu ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas dimana berada pada koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.

2. Ruang Lingkup Ekonomi Islam

Ruang lingkup ekonomi Islam meliputi pembahasan atas berbagai perilaku manusia yang sadar dan berusaha mencapai *falah*. *Falah* dapat diartikan sebagai suatu kebahagiaan atau kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Dalam hal ini, perilaku ekonomi meliputi solusi yang diberikan atas tiga permasalahan dasar ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

²³ Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 64.

Kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi harus mengacu pada satu tujuan yang sama yakni guna mencapai masalah bagi umat manusia. Konsumsi harus berorientasi pada masalah maksimum sehingga akan tetap terjaga keseimbangan antar aspek-aspek kehidupan. Produksi dilakukan secara adil dan efisien sehingga sumber daya yang telah tersedia dapat mencukupi kebutuhan seluruh umat manusia. Setiap individu memiliki peluang dalam mewujudkan masalah pada kehidupannya dengan melakukan distribusi sumber daya serta output yang dilakukan harus adil dan merata. Apabila ketiga aspek tersebut diperhatikan dengan benar dan selalu berusaha mencapai suatu masalah maka kehidupan setiap individu akan bahagia sejahtera di dunia dan akhirat (*falah*).²⁴

3. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan Ekonomi Islam adalah untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia, nilai-nilai yang terkandung di dalamnya untuk seluruh makhluk yang berada di bumi. Sasaran utama ekonomi Islam adalah untuk pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam. Ekonomi Islam menjadi rahmat bagi seluruh alam karena sifatnya yang tidak terbatas.

E. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (*muhtasib*). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat

²⁴ Anita Rahmawaty, *Ekonomi Makro Islam* (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, 2009), 16-17.

kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa'i). Dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut :

Artinya: Manusia berkata saat itu, 'Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami'. Rasulullah SAW bersabda: 'Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku Dianasalah seorang diantara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.'²⁵

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Hukum asal yaitu tidak ada penetapan harga (al-tas'ir), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Syafi'i dan Imam Hambali melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih Maqashid al-Syariah, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi dilapangan).

²⁵ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Grup, 2014), 201-204.

Konsep islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Kerelaan antara penjual dan pembeli akan dapat terjadi suatu keseimbangan. Kerelaan ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Seorang penguasa (Pemerintah) harus turun langsung dalam penetapan standar harga. Apabila hal ini tidak dilakukan maka akan membuat para pedagang menaikkan harga yang tidak wajar, dan mereka itu telah berbuat zalim yang dapat membahayakan umat manusia. Dengan adanya penetapan harga standar dari pemerintah dimaksudkan untuk mencegah penimbunan barang, menghindari kecurangan dan melindungi hak-hak milik orang lain. Hal inilah yang dilakukan oleh Khalifah Umar bin Kattab.²⁶

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas beberapa prinsip sebagai berikut:

1. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*).
2. Berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Monopoli setiap barang yang penahanannya akan membahayakan para konsumen .

²⁶ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 169-170.

3. Kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran akan dapat berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.
4. Keterbukaan (*transparancy*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Asmuni mengemukakan pendapat yang dinukilnya dari Imam Jalaluddin As-Suyuti bahwasanya ketika labourers dan owners menolak membelanjakan tenaga, material, modal dan jasa untuk produksi kecuali dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga pasar wajar, pemerintah diperbolehkan menetapkan harga pada tingkat harga yang adil dan memaksa mereka untuk menjual faktor-faktor produksinya pada harga yang wajar. Tak terlepas dari hal itu pendapat Ibnu Taimiyah yang juga dinukilnya menyatakan dengan, “Jika penduduk membutuhkan jasa dari pekerja tangan yang ahli dan pengukir, dan mereka menolak tawaran mereka atau melakukan sesuatu yang menyebabkan ketidaksempurnaan pasar maka pemerintah harus mengeluarkan kebijakan penetapan harga itu untuk melindungi para pemberi kerja dan pekerja dari saling mengeksploitasi satu sama lain.” Apa yang dinyatakan itu berkaitan dengan tenaga kerja, yang dalam kasus yang sama bisa dikatakan sebagai salah satu faktor pasar. Asmuni menyimpulkan dengan :

1. Penetapan harga yang lebih tinggi akan menghasilkan eksploitasi atas kebutuhan penduduk dan penetapan harga yang lebih rendah akan merugikan penjual, kedua hal ini tak diperbolehkan oleh siapapun.
2. Pengawasan atas harga adalah tidak jujur.
3. Pengaturan harga diperbolehkan.
4. Penetapan harga hanya diperbolehkan dalam keadaan darurat.²⁷

²⁷ Ibid., 180.