

BAB IV

ANALISIS TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL BELI

MAKANAN DAN MINUMAN DI OBYEK WISATA

SIDOMUKTI KECAMATAN BANDUNGAN

KABUPATEN SEMARANG

A. Analisis Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Makanan dan Minuman

1. Makna Penetapan Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang memiliki nilai guna beserta pelayanannya.¹

Penetapan harga merupakan proses menentukan apa yang akan diterima para pihak (baik penjual maupun pembeli) sebagai pertukaran untuk produknya. Faktor-faktor harga adalah biaya perusahaan, tempat pasaran, persaingan, keadaan pasaran, dan kualitas produk. Penentuan harga juga merupakan faktor utama dalam teori peruntukan harga mikroekonomi.

2. Landasan Penetapan Harga

Agama, baik Islam maupun non-Islam, pada esensinya merupakan panduan atau bimbingan moral (nilai-nilai ideal) bagi perilaku manusia. Panduan moral tersebut pada garis besarnya bertumpu pada ajaran akidah, aturan hukum (*syari'ah*) dan budi pekerti luhur (*ahlakul karimah*).

¹ http://ms.wikipedia.org/wiki/Penentuan_harga diakses pada hari Selasa, 27 Mei 2014

Tampaklah bahwa antara agama (Islam) dan ekonomi terdapat ketersinggungan obyek. Dalam kaitan antara keduanya, Islam berperan sebagai panduan moral terhadap fungsi produksi, distribusi dan konsumsi.²

Islam memandang kehidupan sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipilah-pilah serta memandang kehidupan seseorang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat masing-masing individu saling melengkapi dalam tatanan sosial. Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan bantuan kepada sesamanya untuk saling tukar menukar guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang tidak dapat dihindarkan dari kehidupan sehari-hari. Karena untuk memenuhi kebutuhan manusia tidak terlepas dari jual beli dimana manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain.

Salah satu dari bentuk muamalah adalah jual beli. Jual beli adalah suatu profesi yang diharamkan Allah sebagaimana dalam al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275


“Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba³”

² Gufon A.Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontektual*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2002), hlm.3

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV J-ART, 2005), hlm.47

Ayat di atas memberikan pemahaman kepada kita bahwa Allah SWT memperbolehkan jual beli akan tetapi juga mengharamkan adanya unsur riba di dalamnya.

Dilihat dari syarat dan rukun jual beli bahwa praktek jual beli makanan dan minuman telah memenuhi rukun dan syarat sah jual beli yaitu adanya penjual dan pembeli, ada uang dan benda yang dibeli dan *sighat* (ucapan akad).⁴

Pada dasarnya tujuan dari jual beli adalah mencari keuntungan, maka keuntungan merupakan tujuannya yang paling mendasar, bahkan tujuan asli dari perniagaan. Asal dari keuntungan adalah disyariatkan, kecuali bila diambil dari cara yang haram.⁵

Penetapan harga sangat di pengaruhi oleh permintaan dan penawaran dalam pasar sebagaimana dijelaskan dalam hadis Nabi sebagai berikut:

أَخْبَرََنَا ثَابِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةَ وَحَمِيدٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ النَّاسُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ عَلَا السَّعْرُ فَسَعِرْنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَا رَجُوَ أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ⁶

“Tsabit memberi tahu kami, dari Anas bin Malik dan Qotadah dan Hamid dari Anas bin Malik berkata: orang-orang berkata: Hai Rasulullah telah naik terlalu tinggi sesuaikanlah harga dengan kami, Rasulullah berkata sesungguhnya Allah adalah Dzat yang mengurangi harga, yang mengambil dan memberi dan Dialah sang penyedia. Saya berharap akan bertemu Allah dengan tidak ada seorangpun diantaramu yang mengajukan tuntutan mengenai persoalan darah dan kekayaan.”

⁴ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), cet ke-2 hlm. 34

⁵ Abdullah Al-Muslih, Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Penerjemah Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2011), Cetakan III hlm. 78

⁶ Abu Dawud, *Sunan Abi Dawud*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1994), III: 272. no 3451.

Dari hadis ini Ibnu Qudamah berpendapat bahwa ada dua alasan mengapa tidak diperbolehkan penetapan harga, alasan tersebut meliputi:

- a. Rasulullah tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkannya. Bila itu dibolehkan pastilah beliau akan menetapkan harga
- b. Menetapkan harga adalah suatu ketidakadilan yang dilarang. Ini melibatkan hak milik seseorang di dalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada harga berapapun, asal ia sepakat dengan pembelinya.

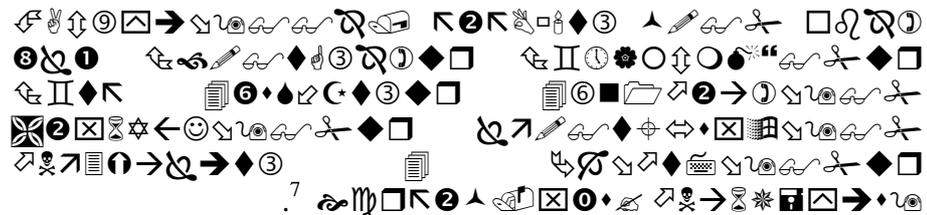
Berdasarkan pemaparan di atas dijelaskan bahwa penetapan harga yang tidak dipengaruhi oleh adanya permintaan dan penawaran tidak diperbolehkan. Penetapan harga sebelah pihak secara tidak langsung telah menzalimi pihak lainnya. Pada jual beli makanan dan minuman di warung makan wisata Sidomukti ini yang menetapkan harga secara mutlak adalah pihak penjual. Seyogyanya penetapan harga yang sepihak itu memperhatikan kemampuan pembeli, karena tidak semua pembeli memiliki uang yang cukup memadai.

3. Hakikat Penetapan Harga

Pada hakikatnya permasalahan penetapan harga di lingkungan obyek wisata Sidomukti tidak ada ketentuan yang baku, bergantung pada masing-masing penjual sehingga bersifat fleksibel, dimana bisa disesuaikan. sebelum penetapan harga harus mengetahui tujuan dari

penetapan harga itu sendiri apabila tujuan sudah jelas maka penetapan harga dapat dilakukan dengan mudah.

Pada Kegiatan jual beli Islami menekankan harus berada di bawah prinsip keadilan dan mencegah kezaliman, sehingga kegiatan yang melanggar keadilan dan mendatangkan kezaliman dilarang oleh Islam seperti monopoli, menimbun barang, eksploitasi dan perdagangan tidak sah lainnya. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat An-nahl ayat 90 yang memerintahkan agar manusia berlaku adil.



“ Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

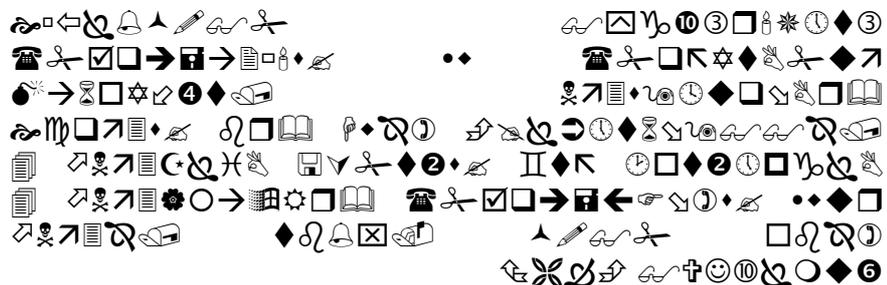
Dari ayat di atas Allah telah menjelaskan bahwa setiap manusia harus bersikap adil kepada siapapun, seperti halnya dalam jual beli, setiap penjual harus berlaku adil kepada pembeli. Dalam hukum Islam keadilan harus di tegakkan kepada siapapun. Sesungguhnya harga jual beli makanan dan minuman juga tergantung pada permintaan dan penawaran seperti dengan teori permintaan apabila permintaan meningkat maka harga akan semakin tinggi dan apabila permintaan semakin kecil maka harga akan turun.

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hlm.172

Di dalam Islam dalam penentuan harga tidak diatur artinya pedagang boleh menjual dengan harga berapapun, Namun dalam Islam tujuan dari jual beli tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga saling tolong menolong.

Di dalam Islam mendapatkan harta haruslah dilakukan dengan cara yang adil dan jujur, pada penetapan harga di warung makan Sidomukti penjual melakukan perbedaan dalam penetapan harga dengan membedakan pembeli akan tetapi hal ini dilakukan dengan tujuan untuk kemaslahatan karena penjual memberikan perbedaan harga yang di diberikan masih dalam harga yang normal dan wajar sehingga tidak sampai menganiaya hak orang lain.

Pada dasarnya para penjual boleh menjual dengan harga berapapun tanpa adanya batasan keuntungan. Dalam etika jual beli haruslah menetapkan harga secara wajar sesuai dengan harga di pasaran dan tidak boleh memakan hak dengan orang lain yaitu dengan menaikkan harga yang tidak wajar sebagaimana Qs surat an nisa ayat 29



”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”⁸

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, hlm. 83

Selama Pedagang di warung makan Sidomukti dalam menetapkan harga secara alami atau mengikuti keadaan pasar maka tidak menjadi masalah dan diperbolehkan menurut syariat Islam dan apabila harga yang ditetapkan dengan cara yang dilarang menurut Islam maka tidak diperbolehkan.

Seperti yang di jelaskan dalam bab III bahwa dalam kegiatan jual beli di warung makan wisata Sidomukti telah memenuhi rukun dan syarat jual beli yaitu ada penjual, pembeli, barang yang diperjual belikan , dan ijab Qobul.⁹

Pada dasarnya setiap perbuatan yang dilakukan manusia baik yang berkenan dengan ibadah atau aspek mu'amalah dalam hal membuat akad dalam jual beli dan sebagainya akan dianggap sah dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam, apabila telah memenuhi rukun dan syarat-syaratnya. Begitu juga sebaliknya, apabila tidak memenuhi rukun dan syarat-syaratnya maka akad tersebut menjadi rusak atau batal menurut hukum Islam.

2. Mekanisme Penetapan Harga

Mekanisme pasar adalah kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang (jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta). Teori ekonomi standar mengatakan bahwa meskipun pengaruh kelembagaan selain *free*

⁹ Abu Bakar jabir El-Jazari, *Pola Hidup Muslim (Minhajul Muslim Mu'amalah)*, Alih bahasa Rachmat Djatnika, Ahmad Sumpeno, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hlm. 40

market bisa saja menghasilkan alokasi yang efisien dan optimal. Dengan kata lain, jika pasar tidak eksis, alokasi sumber daya tidak akan terjadi secara efisien dan optimal. Dalam beberapa hal, mekanisme pasar tidak bisa bekerja secara optimal pada beberapa sumber daya alam.

Pada dasarnya, alokasi barang dan jasa dalam suatu masyarakat dapat dilakukan paling tidak melalui 2 jenis mekanisme. Yaitu melalui mekanisme pasar dan mekanisme birokrasi. Dengan sejumlah kondisi yang disyaratkan, mekanisme pasar dianggap sebagai mekanisme yang dapat mendorong pemakaian sumber daya yang efisien. Namun kegagalan pasar juga bisa terjadi dalam pengalokasian sejumlah barang dan jasa. Ini bisa disebabkan karena adanya *public goods* beserta eksternalitasnya. Jenis barang dan jasa inilah (beserta *mixed goods*) yang akan didistribusikan melalui mekanisme birokrasi.

Karena mekanisme pasar yang berbeda, harga pasar yang tercapai pun menjadi berbeda - beda. Kadang - kadang harga yang terbentuk di pasar bisa menyebabkan kerugian bagi konsumen atau bahkan kerugian bagi produsen juga. Oleh karena itu, pemerintah dalam batas-batas tertentu terkadang perlu melakukan intervensi dalam pembentukan harga dengan tujuan harga yang terbentuk tidak akan merugikan konsumen maupun produsen. Hal yang biasanya dilakukan pemerintah antara lain adalah: penentuan harga eceran tertinggi, penentuan harga eceran terendah, penetapan pajak, serta pemberian subsidi.

Mekanisme pasar tidak dapat berfungsi tanpa keberadaan aturan yang dibuat pemerintah. Peranan pemerintah menjadi lebih penting karena mekanisme pasar saja tidak bisa menyelesaikan semua persoalan ekonomi. Untuk menjamin efisiensi, pemerataan dan stabilitas ekonomi, peran dan fungsi negara mutlak diperlukan dalam perekonomian sebagai pengendali mekanisme pasar. Walaupun dalam sistem ekonomi pasar, masalah ekonomi utama diserahkan kepada mekanisme pasar, namun pada beberapa kasus tertentu pemerintah tetap harus campur tangan untuk menghindari kekacauan dalam bidang ekonomi.

3. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Berbagai faktor dapat mempengaruhi terjadinya harga. Faktor-faktor tersebut adalah kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan manajer, dan pengawasan pemerintah.¹⁰

a). Keadaan Perekonomian.

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, harga berada pada suatu tingkat yang rendah. Di Indonesia, ketika pemerintah mengumumkan pertama kali tentang devaluasi rupiah terhadap dollar Amerika, yaitu dengan dikeluarkannya Keputusan Pemerintah 15 November 1978 yang menentukan nilai tukar \$1,- (satu dollar) Amerika dari Rp 415,00 menjadi

¹⁰ Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ketiga, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm.211

Rp 625,00 terjadilah reaksi-reaksi dikalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis. Reaksi spontan terhadap keputusan tersebut adalah adanya kenaikan harga-harga. Kenaikan yang paling menyolok terjadi pada harga barang-barang mewah, barang-barang impor, dan barang-barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri. Jadi, kondisi perekonomian sangat mempengaruhi penentuan harga.¹¹

b). Penawaran dan Permintaan.

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta menjadi lebih besar. Hubungan antara harga dengan jumlah yang diminta ini dapat digambarkan dalam bentuk kurva yang disebut kurva permintaan

Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan menjadi lebih besar. Hubungan antara harga dengan jumlah yang ditawarkan tersebut dapat digambarkan dalam bentuk kurva penawaran.¹²

c) Elastisitas Permintaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya

¹¹ Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, hlm. 211

¹² Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, hlm 212

mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik; artinya terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Ada tiga sifat permintaan, yaitu:

- 1. Inelastis.** Jika permintaan itu bersifat inelastis maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.
- 2. Elastis.** Apabila permintaan itu bersifat elastis maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.
- 3. Unitary elasticity.** Apabila permintaan itu bersifat unitary elasticity maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama. Dengan kata lain, penurunan harga sebesar 10 % akan mengakibatkan naiknya volume penjualan sebesar 10% pula.¹³

d). Persaingan.

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persainganyang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam eadaan persaingan murni (*pure competition*). Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak, aktif menghadai pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain. selain persaingan murni, ada pula jenis

¹³ Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, hlm 213

persaingan lainnya, seperti: persaingan tidak sempurna,¹⁴ oligopoli,¹⁵ dan monopoli.¹⁶

e). Biaya.

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan. Jadi, berapa pun harga yang ditetapkan, pasti diperhitungkan pada biayanya.

Ibnu Taimiyah, dalam kitab Fatwa-nya menjelaskan lebih terperinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan kemudian tingkat harga. Beberapa faktor ini yaitu : Keinginan orang terhadap barang-barang sering kali berbeda- beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya barang yang diminta tersebut.

Dalam konteks terjadinya perbedaan harga jual beli makanan dan minuman di obyek wisata Umbul Sidomukti, sebagian besar faktor-faktor tersebut terbukti, memang disadari bahwa manusia tidak bisa hidup

¹⁴ Untuk barang-barang yang dihasilkan dari pabrik(barang-barang manufaktur) dengan merk tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini dapat disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis merek lain. Keadaan pasar seperti ini disebut persaingan tidak sempurna(imperfect competition), dimana barang tersebut telah dibedakan dengan memberikan merek.

¹⁵ Dalam keadaan oligopoli beberapa penjual menguasai pasar sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi daripada dalam persaingan sempurna. Akan lebih mudah bagi penjual yang berjumlah sedikit ini untuk mengadakan kesepakatan harga supaya memiliki kekuatan tawar-menawar yang lebih besar untuk menghadapi konsumen.

¹⁶ Dalam keadaan monopoli jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:

- 1) Permintaan barang bersangkutan
- 2) Harga barang-barang *substitusi* atau barang pengganti
- 3) Peraturan harga dari pemerintah

sendiri tanpa adanya orang lain karena manusia adalah makhluk sosial, dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yaitu manusia saling berhubungan dengan yang lain disebut juga dengan muamalah.

Pada dasarnya tujuan jual beli adalah untuk mencari keuntungan, Dalam mencari harta atau keuntungan Islam tidak membatasi para penjual boleh mengambil keuntungan berapapun tanpa ada batas akan tetapi hendaknya para penjual mengambil keuntungan dengan menjual dengan harga yang normal dan wajar dan tidak melakukan dengan cara yang bathil. Dalam penetapan harga di warung makan objek wisata Sidomukti dijelaskan bahwa penjual membedakan harga antara pembeli penduduk lokal dengan pembeli yang berasal wisatawan dari luar. Ada dua bentuk harga dalam diskriminasi harga yaitu: a) Perbedaan harga kepada kelompok pembeli yang berbeda dimana elastisitas permintaan juga berbeda; b) Persamaan harga kepada pembeli yang berbeda dan jumlah yang berbeda beda.

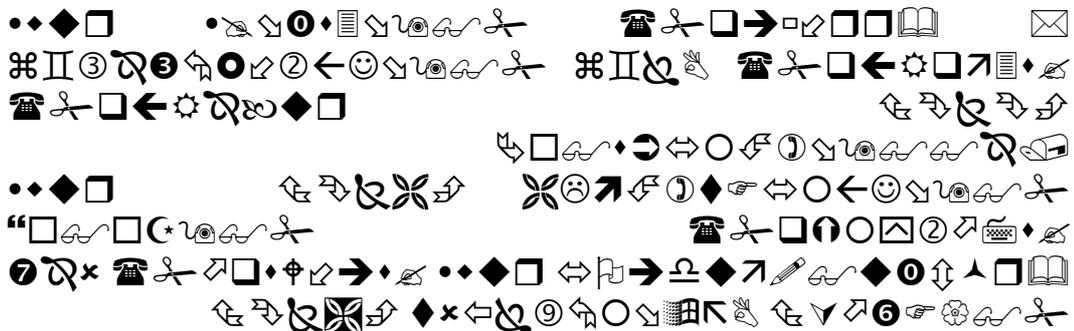
Perbedaan penetapan harga di warung makan wisata Sidomukti antara pembeli yang berasal dari warga sekitar dan pembeli dari luar daerah yaitu para wisatawan adalah suatu tindakan diskriminasi. Perilaku tersebut seharusnya tidak perlu terjadi.

Islam melarang umatnya berbuat dengan menggunakan cara yang tidak adil terhadap orang lain dalam mencari harta, tetapi mendukung cara penggunaan semua cara yang adil dan jujur dalam mendapatkan harta

kekayaan. Hak individu untuk memiliki harta dan bekerja secara bebas diperbolehkan tetapi hendaklah menurut landasan syariat, karena Islam tidak akan toleran terhadap tindakan penyalahgunaan hak-hak tersebut. Dengan kata lain, Islam tidak menjerumuskan orang supaya memburu harta dan kaya raya melalui jalan-jalan yang salah dan tidak adil.¹⁷

Dalam konsep ekonomi Islam Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu adanya permintaan dan penawaran. Disamping itu pertemuan permintaan dan penawaran haruslah terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.¹⁸

Al-Qur'an, mengharuskan orang bersifat jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga atau jual beli sebagaimana diterangkan dengan sangat jelas dan tegas dalam firman Allah SWT surat Asy syura ayat 181-183



¹⁷ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, Penerjemah Soeroyo, Nastangin (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), hlm. 75

¹⁸ Adimarwan Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), Edisi 3, hlm. 152

“ sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan;. dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;”

Landasan bahwa setiap orang diperbolehkan mendapatkan keuntungan dari jual beli sebagaimana firman Allah berikut ini:



“ sisa (keuntungan) dari Allah adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu”

Dalam firman lain Allah juga menjelaskan



“tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.”

Namun ada batasan-batasan yang harus diperhatikan sesuai dengan syari'at Islam. Dengan demikian, para pelaku muamalah, harus memikirkan matang-matang, serta berintropeksi apakah cara memperoleh harta itu sudah sesuai dengan tuntunan agama Islam, atau belum.

Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan di mana salah satu pihak senang atas kesedihan orang lain.

Dalam hal harga para ahli fiqh merumuskannya sebagai *the price of the equivalent*. Dalam konsep ini penjual tidak boleh mengambil keuntungan melebihi keuntungan normal.¹⁹

Menurut Hukum Islam bahwa praktek jual beli di warung makan objek wisata Sidomukti telah memenuhi rukun dan syarat sah jual beli sehingga aktivitas jual beli yang dilakukan sah. Untuk perbedaan harga yang dilakukan penjual kepada pembeli yang membedakan antara pembeli yang berasal dari daerah lokal di desa dengan pembeli yang berasal dari daerah lain diperbolehkan selama penjual dalam mengambil keuntungan dengan cara yang tidak dilaranf oleh syariat Islam. Dan anantara penjual dengan pembeli rela sama rela tanpa adanya paksaan.

Dalam Islam masalah penentuan harga dibebaskan berdasarkan khalayak masyarakat. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang terjadi, karena mekanisme pasar yang bebas dan menyuruh masyarakat muslim untuk mematuhi peraturan ini. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala saat itu tingkat harga di Madinah pada saat itu tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan yang terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni dan wajar, yang tidak dipaksa atau tekanan pihak tertentu (monopolistik dan monopsonistik), maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar.²⁰

¹⁹ Adimarwan Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm. 152-153

²⁰ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 169

Dalam menjalankan bisnis umat Islam dituntut melaksanakan sesuai dengan ketentuan. Aturan yang dimaksud adalah sya'riah, hal itu didasarkan pada suatu kaidah ushul (*al-aslu fi al-afal at- taqayyud bi hukmi asy-syar'i*) bahwa hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara: baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram. Maka dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa mematuhi dan tetap berpegang teguh pada ketentuan sya'riat. Dengan kata lain sya'riat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis bagi organisasi bisnis.²¹

B. Analisis Terhadap Perbedaan Harga Jual Beli Makanan dan Minuman

1. Faktor Penyebab Perbedaan Harga

Dalam Perekonomian Pertukaran atau jual beli barang dan jasa tidak lagi dilakukan dengan barter, tetapi dilakukan dengan menggunakan suatu alat pembayaran atau alat penukaryang disebut uang.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi tingkat harga. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Perubahan tingkat Pendapatan Penduduk

Perubahan pendapatan penduduk dapat mengubah pola dan jumlah permintaan yang sekaligus mendorong perubahan pada penawaran oleh para produsen penjual. Bila pendapat penduduk bertambah dan harga baranng masih tetap, ada kemungkinan permintaan terhadap

²¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 85

barang/jasa meningkat. Kemudian, penambahan permintaan itu juga akan mengakibatkan berubahnya penawaran, jika barang/jasa yang ditawarkan persediannya menjadi kurang, maka harga barang/jasa akan naik. Pada saat harga akan naik, permintaan kembali menurun dan seterusnya.

2. Perubahan Jumlah penduduk

Pertambahan Penduduk merupakan factor yang sangat dominan terhadap perubahan permintaan dan penawaran. Bertambahnya penduduk akan menimbulkan bertambahnya kebutuhan berbagai macam barang/jasa, sehingga permintaan akan bertambah. Naiknya permintaan berpengaruh langsung terhadap penawaran barang/jasa. Banyaknya permintaan itu akan menaikkan harga barang/jasa yang ditawarkan, sehingga pada suatu saat permintaan akan menurun kembali, ketika permintaan turun produsen/penjual yang masih memiliki banyak barang/jasa akan menaikkan penjualan dengan menurunkan harga.

3. Selera Penduduk

Selera Masyarakat sering kali berubah-ubah pada saat tertentu, mereka suka akan mode A dan pada waktu lain menyukai mode B. Begitu juga terhadap makanan, pada musim panas menyukai makanan X dan pada musim lainnya cenderung mengkonsumsi barang Y. Pergeseran

permintaan dari satu barang ke barang lain akan berpengaruh juga terhadap pergeseran penawaran keadaan ini akan mengakibatkan naik dan turunnya permintaan, serta naik turunnya harga barang/jasa yang ditawarkan.

4. Faktor lain (harapan, hubungan sosial, dan politik)

Harapan massa pengaruh hubungan sosial dan keadaan politik, pada saat stabil mengarah pada kemakmuran sehingga masyarakat mampu meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya mendorong pada peningkatan permintaan barang/jasa.

5. Harga Substitusi

Adanya barang pengganti (substitusi) dari suatu barang/jasa dapat mengubah jumlah permintaan, kemudian berpengaruh pada harga dan penawaran. Munculnya barang pengganti yang lebih murah, kemungkinan besar akan mendorong sebagian besar konsumen untuk memilih barang substitusi tersebut.

2. Dampak Perbedaan Harga Jual Beli Makanan dan Minuman di Obyek Wisata Sidomukti terhadap Konsumen

Mencermati yang terjadi dari perbedaan harga dalam jual beli makanan dan minuman di warung makan wisata Sidomukti merupakan

suatu tindakan ketidakadilan karena dalam menentukan harga penjual membedakan antara pembeli satu dengan pembeli yang lain.

Perbedaan harga tersebut adanya pengelompokan yang dilakukan penjual kepada pembeli yang berasal dari daerah lokal serta dari luar daerah, penjual merasa bahwa penetapan harga yang dilakukannya adalah suatu yang wajar dengan cara membedakan penetapan harga antara pembeli yang berasal dari penduduk lokal dengan pembeli dari penduduk luar daerah atau wisatawan karena pembeli dari luar daerah berkunjung setiap kali berwisata di Sidomukti dan menurut pedagang orang yang datang dari luar adalah orang yang mempunyai uang banyak sehingga wajar bila penjual menetapkan harga yang lebih tinggi dibanding pembeli dari penduduk lokal.²²

Seperti yang terjadi di warung makan ibu Suwarti yang membedakan harga antara pembeli lokal dengan pembeli dari daerah lain dengan selisih antara Rp 1.500 – Rp. 2.500 hal ini dilakukan karena menurut beliau pembeli sekitar sering berkunjung sedang pembeli luar daerah hanya saat berwisata dan biasanya orang yang berwisata adalah orang yang mempunyai uang banyak dengan alasan inilah ibu Suwarti membedakan harga.

Para Pedagang bebas mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya asalkan dengan cara yang dibenarkan oleh syariat Islam, seperti dalam kaidah ushul fiqh dibawah ini

²² Hasil wawancara dengan Ibu Suharti pada hari Minggu 6 April 2014

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها²³

Pada dasarnya, segala sesuatu dalam muamalah boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkannya

Kegiatan jual beli haruslah ada kerelaan kedua belah pihak tanpa adanya paksaan seperti yang dijelaskan hadis Nabi dibawah ini.

عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم قال: إنما البيع عن تراض, (رواه البيهقي وابن ماجة وصححه ابن حبان)

“Dari Abu Said Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW sesungguhnya jual beli itu hanya boleh dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak “(H.R Baihaqi dan Ibnu Majah dan dishohihkan Ibnu Hubban)

Pengaruh yang mendasari pada perilaku konsumen untuk memutuskan memberi atau tidak terhadap suatu barang dagangan.²⁴

Pengaruh perilaku konsumen ada 3 yaitu: 1.) Pengaruh lingkungan. 2.) Perbedaan dan pengaruh individual. 3.) Proses psikologis. Perilaku proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh: Budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi. Perbedaan Individu dipengaruhi oleh Sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, dan kepribadian. Pengolahan Informasi manusia, pembelajaran, dan perubahan sikap adalah minat dari perilaku konsumen.²⁵

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan

²³ Djazuli, *Kaidah Kaidah Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.130

²⁴ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

²⁵ James F.Engel, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1994) hlm.46-53.

beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi²⁶ dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.²⁷

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

C. Etika Bisnis sebagai Solusi Penetapan dan Perbedaan Harga

Istilah moral dan etik memiliki hubungan yang erat dengan arti asalnya, moral berasal dari kata latin *moralis* dan ethic berasal dari kata Yunani *ethos*. Keduanya berarti kebaikan atau cara hidup.²⁸

²⁶ Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi kepada konsumen.

²⁷ Dasar Pertimbangan Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

²⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) hlm.8-9

Menurut hamzah Ya'qub etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Sedangkan menurut Burhanudin Salam, etika adalah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.²⁹

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Disamping dasar-dasar agama, etika Islam berakar pada kehidupan dan ajaran-ajaran nabi Muhammad, yang prinsip-prinsip moralitas dan perilaku utamanya sangat komprehensif. Kehidupan manusia tidak dapat didasarkan hanya pada prinsip-prinsip moralitas yang sederhana dan statis, dia harus mencari pengungkapan lewat berbagai saluran.

Etika bisnis Islam harus mempunyai rumusan yang jelas agar dapat dipublikasikan dengan baik, karena sebagaimana kita ketahui mempelajari etika bisnis bukan berarti belajar akan kejujuran, kesopanan, kerajinan, dan sebagainya dalam bekerja. Lebih dari itu, mengubah paradoks antara nilai agama dan perilaku keberagamaan.

Dalam jual beli sangat penting adanya etika. Etika jual beli dapat diperlukan bagi siapa saja yang hendak melakukan transaksi jual beli. Dalam ini biasanya yang melakukan proses jual beli adalah penjual dan pembeli. Jadi

²⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, hlm.11

perlu adanya etika bagi para penjual dan pembeli, agar dalam transaksi jual beli dapat terlaksana dengan baik dan sesuai etika dan syara'

Prinsip etika yang harus dikemukakan dalam al-Qur'an adalah sebagai berikut:

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan adalah kesatuan sebagaimana terrefleksi dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, sosial, politik, menjadi suatu keseluruhan yang homogen.³⁰

2. Keseimbangan atau keadilan

.Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam keseluruhan secara harmoni pada alam semesta.³¹

3. Kehendak Bebas

Merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial tentang konsep manusia bebas.³²

4. Pertanggung jawaban

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut danya pertanggung jawaban.³³

5. Kebenaran yakni kebajikan dan kejujuran

³⁰ Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, cet, I (Yogyakarta: Magista Insania Press, 2006). hlm 82.

³¹ Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, hlm. 83

³² Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, hlm. 84

³³ Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, hlm. 85

Kebenaran merupakan suatu nilai yang sangat dianjurkan, sedangkan kebajikan adalah sikap ihsan yang merupakan tindakan yang dapat memberikan keuntungan terhadap orang lain.³⁴

Berdasarkan dari prinsip etika bisnis, maka terbentuklah suatu norma atau etika yang harus ditaati dan dipenuhi sebagai pelaku bisnis yaitu penjual dan pembeli. Adapun norma atau etika dalam jual beli Islam adalah sebagai berikut

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.³⁵

Salah satu pentingnya mempelajari etika dalam hal ini tak lain guna memberikan wawasan baru bagi terciptanya pedoman dalam mengambil suatu keputusan bisnis yang itu memerlukan dimensi moral dalam penentuannya. Bagi pelaku bisnis sendiri tentunya hal ini akan memberikan suatu pemahaman serta pengaruh bagi munculnya berbagai keputusan yang

³⁴ Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, hlm. 86

³⁵ Lukman Fauroni, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, hlm. 87

diambil ketika berhadapan dengan pesaing, konsumen, pemerintah, maupun ketika menghadapi persaingan bisnis di era modern ini.³⁶

Kebeadaan suatu bisnis atau perusahaan akan terwujud dalam keterkaitan dengan lingkungan masyarakatnya sehingga putusnya hubungan bisnis dengan lingkungannya jelas akan membahayakan keberadaan bisnis tersebut. Sebaliknya sikap dan tindakan yang baik dari lingkungan bisnis akan menjamin keberadaan dan vitalitas keberlangsungan bisnis atau perusahaan. Lingkungan masyarakat yang terdiri dari individu atau institusi yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijaksanaan, praktek-praktek atau tujuan bisnis atau perusahaan, disebut pihak-pihak yang berkepentingan.³⁷

Menurut Imam Ghazali sebagaimana dikutip oleh Buchari ada tiga sifat perilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan yaitu:³⁸

1. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti lazim dalam dunia perdagangan, jika dipikirkan perilaku demikian ini, maka dapat dipetik hikmahnya, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan ataupun sama dengan pedagang lain yang sejenis. Jelas para konsumen akan lebih senang dengan para pedagang yang seperti ini, apa lagi diimbangi dengan layanan yang memuaskan. Barang dagangannya akan laku keras, dan ia memperoleh volume penjualan tinggi, barang cepat habis dan membeli lagi barang baru dan seterusnya diperoleh keuntungan yang berlipat ganda.

³⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 122

³⁷ Muhammad, Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002) hlm.64

³⁸ Buchari Alman, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 1993), hlm. 59-60

2. Membayar harga agak lebih mahal kepada penjual miskin, adalah amal yang lebih dari sedekah biasa.
3. Memurnikan harga atau memberikan korting atau diskon kepada pembeli yang miskin, ini memiliki pahala yang berlipat ganda.

Kesemuanya itu menguatkan praktek jual beli khususnya di obyek wisata umbul Sidomukti betapapun menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun kolektif di masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu Jual beli dapat membentuk nilai, norma dan perilaku penjual serta pembeli dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan atau konsumen.