

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL SOLAR
NON SUBSIDI**

(Studi Kasus PT X Semarang)

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah



Disusun Oleh

Muchammad Zidan Kamal Syah 2002036023

HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185

Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website: <http://fsh.walisongo.ac.id>.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp.: 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Muchammad Zidan Kamal Syah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

Nama : Muchammad Zidan Kamal Syah
NIM : 2002036023
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Desember 2024

Pembimbing

Drs. H. Sahidin, M.Si.

NIP. 196703211993031005

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka, Km 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan, Semarang, 50185
telp (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Muchammad Zidan Kamal Syah
NIM : 2002036023
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **"Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Harga Jual Solar non-subsidi**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal : 19 Desember 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar sarjana starta satu (S.1) tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 19 Desember 2024
Serkertaris Sidang

Ketua Sidang



Ali Maskun, S.H.I., M.H.
NIP. 197606292023211003

Penguji I

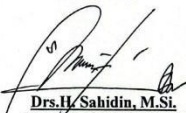

Dr. H. Junaidi Abdillah, S.H.I., M.S.I.
NIP. 197902022009121001


Saifudin, S.H.I., M.H.
NIP. 198005052023211015

Penguji II


Bagas Heradhyaksa, LL.M.
NIP. 199307062019031017

Pembimbing


Drs. H. Sahidin, M.Si.
NIP. 196703211993031005

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu.

Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

(Q.S. An-Nisa:58)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan rahmat dan kasih sayangnnya serta memberikan kekuatan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepangkuan beliau nabi agung Muhammad SAW. Sebagai bentuk rasa cinta, hormat dan terimakasih, penulisan Skiripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis Bapak terhebatku bapak Muslim Anwar dan Ibu tercintaku Ibu Nesya Hanaya Tarakanita terimakasih atas cinta kasihmu slama ini, atas luasnya sabarmu, dan atas hebatnya didikanmu dalam membentukku . Hal itu yang menjadikan motivasiku dalam menapaki setiap langkah kehidupan. terimakasih bapak ibuku sudah selalu siap menjadi ruang teduh,tempat pulang ketika putrimu berada difase terendah dan tentunya atas kesaktian doamu yang tidak henti-hentinya engkau panjatkan kepada Allah, pada akhirnya membawa putrimu pada titik ini yaitu dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
2. Yulia Durotul Khikmah, terimakasih sudah bersedia menjadi tempat pulang penulis setelah bapak ibu yang selalu siap menjadi tempat untuk menampung segala keluh

kesah penulis dan terimakasih selama ini sudah selalu mendukung, menamani apapun yang ingin penulis lakukan. Terutama dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Dosen pembimbing penulis bapak Drs.H.Sahidin, M.Si yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran dalam memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan HES angkatan ke 20. Terkhusus teman-teman HES A yang sudah slalu kompak dalam menjalani proses kehidupan di bangku perkuliahan
5. Almamater tercinta UIN Walisongo yang memberiku ilmu dan pengalaman serta bekal dalam menggapa cita-citaku
6. Teruntuk diriku sendiri. Terimakasih sudah sanggup bertahan sampai detik ini.

Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skrip

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muchammad Zidan Kamal Syah

NIM : 2002036023

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Syariah dan Hukum

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya penulis yang di tulis dengan penuh kejujuran dan penuh rasa tanggung jawab tanpa adanya plagiasi dari karya orang lain atau karya yang sudah di terbitkan sebelumnya, kecuali pada referensi yang di gunakan penulis sebagai sumber bahan rujukan.

Semarang, 10 Desember 2024



Muchammad Zidan Kamal Syah

NIM : 2002036023

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, pada tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	Ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er

ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta'	Ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za'	Ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik diatas
غ	Ghain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Oi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof

ي	ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

II. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعدده	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عده	Ditulis	' <i>iddah</i>

III. Ta' *Marbutah* di Akhir Kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak tampak terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafat aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karomah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

c. Bila *ta' marbûtah* hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

أ	Fathah	Ditulis	A
إ	Kasrah	Ditulis	I
أ	Dammah	Ditulis	U

V. Vokal Panjang

Fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	Ā <i>jāhiliyah</i>
Fathah + ya'mati تنسى	Ditulis Ditulis	Ā <i>Tansā</i>
Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati فروض	Ditulis Ditulis	Ū <i>Furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

Fathah + ya'mati بينكم	Ditulis Ditulis	Ai <i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati قول	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaul</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aposrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis dengan menyebabkan *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Dalam bisnis, salah satu tujuan utama perusahaan adalah mencapai profit atau keuntungan yang diinginkan salah satunya adalah dengan mark-up harga. Pada praktiknya PT X perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi dan penjualan bahan bakar minyak (BBM) non- subsidi menggunakan sistem Mark Up harga untuk memenuhi profit yang diinginkan. Dalam menetapkan harga jual solar PT X mematok keuntungan sebesar Rp 1.000 per liter. Namun, apabila pesanan tidak mencapai target minimum pembelian, PT X beralih ke sumber solar dengan kualitas di bawah standar guna mempertahankan target keuntungan tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan. (1) Bagaimana Praktik Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X? (2) Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian normatif empiris. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data didapatkan dari para informan seperti pengelola, anggota, dan juga buku maupun jurnal yang menunjang. Analisis data yang digunakan untuk menarik kesimpulan yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian Mark Up harga di PT X yang mempertahankan keuntungan melalui penurunan kualitas produk tanpa pemberitahuan kepada konsumen bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip utama dalam Islam adalah kejujuran dan transparansi, sehingga perusahaan seharusnya memberikan informasi yang jujur mengenai kualitas produk yang ditawarkan. Mark-up harga yang tidak sepadan dengan kualitas barang dapat dikategorikan sebagai praktik penipuan yang dilarang dalam Islam.

Kata kunci: Jual beli Solar, Mark Up harga, Hukum Islam.

ABSTRACT

In business, one of the main goals of a company is to achieve the desired profit or profit, one of which is by mark-up the price. In practice, PT X, a company engaged in the distribution and sale of non-subsidized fuel oil (BBM), uses a price Mark Up system to meet the desired profit. In setting the selling price of diesel, PT X sets a profit of Rp 1,000 per liter. However, if the order does not reach the minimum purchase target, PT X switches to substandard quality diesel sources to maintain the profit target. This research was conducted to answer the problem. (1) What is the Practice of Determining the Selling Price of Non-Subsidized Diesel at PT X? (2) What is the Analysis of Islamic Law on the Determination of Non-Subsidized Diesel Selling Prices at PT X?

This research is a qualitative research with a type of empirical normative research. The data collection methods used are interviews, observations and documentation. Data sources are obtained from informants such as managers, members, and also supporting books and journals. The data analysis used to draw conclusions is using qualitative descriptive analysis methods.

The results of the price Mark Up research at PT X which maintains profits through decreasing product quality without notifying consumers is contrary to the principles of Islamic business ethics. The main principles in Islam are honesty and transparency, so companies should provide honest information about the quality of the products offered. Price mark-ups that are not commensurate with the quality of the goods can be categorized as a fraudulent practice that is prohibited in Islam.

Keywords: Buying and selling Solar, Mark Up price, Islamic Law.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbil alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Harga Jual Solar non subsidi” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Penulis sangat bahagia dengan terselesaikannya sebuah karya skripsi, karena penulis sangat merasakan betul jerih payah dan kendala yang ada selama penyusunan skripsi ini. Suatu pengalaman yang tidak bisa penulis lupakan. Namun penulis juga menyadari tentunya terselesaikannya skripsi ini tidak hanya jerih payah penulis sendiri, penulis mendapat banyak bimbingan, bantuan dan dorongan, baik bersifat moral, materiil maupun spiritual. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Sahidin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta

kesabarannya dalam memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.

2. Bapak Dr. Amir Tajrid M.Ag, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Walisongo Semarang
3. Bapak Bagas Heradhyaksa LL.M, selaku Wali Dosen studi penulis yang senantiasa memotivasi dan membimbing penulis selama kuliah di Fakultas Syariah dan Hukum
4. Seluruh Dosen Hukum Ekonomi Syariah dan Staff Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang
5. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik secara materi maupun penulisan. Oleh karena itu, bagi siapa saja yang membaca, penulis mengharapkan kritik dan saran supaya tulisan ini menjadi lebih baik. Kemudian diharapkan pula semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca yang. Aamiin ya rabbal alamin

Semarang, 10 Desember 2024

Penulis

Muchammad Zidan Kamal Syah

NIM: 2002036023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
TRANSLITRASI ARAB-LATIN	viii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penulisan.....	11
D. Telaah Pustaka.....	11

E. Metode Penelitian 16

F. Sistematika Penulisan 23

**BAB II PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF
HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF 25**

A. Penetapan Harga Menurut Hukum Islam 25

B. Penetapan Harga Menurut Hukum Positif 47

**BAB III PRAKTIK PENETAPAN HARGA JUAL SOLAR
NON SUBSIDI DI PT X SEMARANG 55**

A. Gambaran Perusahaan 55

B. Mekanisme Transaksi Antara PT X dengan para konsumen
..... 69

**BAB IV TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL SOLAR NON
SUBSIDI (Studi kasus PT X Semarang) 72**

A. Analisis Hukum Positif Terhadap Praktek Penetapan Harga Jual
Solar Non Subsidi di PT X Semarang 72

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Penetapan Harga Jual
Solar Non Subsidi di PT X Semarang..... 78

BAB V PENUTUPAN	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN 1	108
LAMPIRAN 2	109
LAMPIRAN 3	110
LAMPIRAN 4	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Allah SWT telah menjelaskan dalam sunah-Nya bahwa manusia seharusnya bermasyarakat, tunjang-menunjang, topang-menopang antara satu dengan yang lainnya. Sebagai makhluk sosial, manusia menerima dan memberikan adiknya kepada orang lain. Saling bermuamalah untuk memenuhi hajat hidup dan mencapai kemajuan dalam hidupnya.¹ Kegiatan yang mengatur hubungan antara sesama manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di dalam Islam disebut dengan muamalat. Muamalat adalah segala aturan agama yang mengatur mengenai hubungan antara sesama manusia, dan antara manusia dengan alam sekitarnya tanpa memandang perbedaan. Kegiatan perekonomian atau muamalah tak lepas dari ajaran Islam agar tidak menyimpang dari prinsip Illahiyah. Muamalah merupakan aturan Islam yang mengajarkan aturan dalam hubungan antara manusia agar tercipta keadilan dan kedamaian kebersamaan kehidupan manusia. Islam merupakan

¹ Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), h. 1

agama yang paling istimewa dari pada agama yang lain berdasarkan Kedudukan sumber Al-Qur'an dan as-Sunnah. 2

Pada zaman modern ini, masyarakat di hadapkan berbagai masalah dalam kegiatan ekonomi terutama pada bidang perdagangan barang-barang yang habis di pakai (konsumtif) yaitu kebutuhan pokok. Masyarakat membutuhkan kebutuhan pokok untuk memenuhi kelangsungan hidupnya, dimana masyarakat harus bekerja dan berusaha dalam memenuhi kebutuhan nya. Islam tidak mengizinkan kaumnya menjauhkan diri dari pencaharian penghidupan dan hidup hanya dari pemberian orang. Oleh karena itu dengan bekerja maka akan memperoleh imbalan atau penghasilan salah satunya yaitu uang atau harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tentunya masyarakat akan melakukan transaksi muamalah dengan cara yang baik serta di ridhoi Allah SWT, maka hasil yang di peroleh itu penuh dengan kebaikan dan keberkahan, serta akan menguntukan diri sendiri, keluarga, dan orang lain. Ayat Alquran yang berisi anjuran bekerja seperti QS.Al-Isra ayat 12 berikut:

² Nurul Huda Et Al, Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis, (Jakarta: Kencana, 2009), 3

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ آيَاتَيْنِ فَمَحَوْنَا آيَةَ اللَّيْلِ
وَجَعَلْنَا آيَةَ النَّهَارِ مُبْصِرَةً لِّتَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ
وَلِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ ۗ وَكُلَّ شَيْءٍ فَصَّلْنَاهُ
تَفْصِيلًا

Artinya: “Kami jadikan malam dan siang sebagai dua tanda (kebesaran Kami). Kami hapuskan tanda malam dan Kami jadikan tanda siang itu terang benderang agar kamu (dapat) mencari karunia dari Tuhanmu dan mengetahui bilangan tahun serta perhitungan (waktu). Segala sesuatu telah Kami terangkan secara terperinci.”³

Rezeki di istilahakan dalam Alquran dengan karunia Allah SWT, ayat di atas menjelaskan tentang anjuran untuk bekerja mencari rzeeki yang telah Allah sedakan di atas muka bumi ini. Dalam kehidupn sekarang ini banyak di temui transaksi mumalah dengan menghallkan segala cara demi mendapatkan keuntungan yang melimpah ruah. Tanpa memandang pihak lain tersebut merasa kecewa ataupun menyesal di kemudian hari seperti salah satunya adalah memanipulasi harga. Harga merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam transaksi jual beli, yaitu adanya harga

³Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahnya, Semarang: Asy-Syifa’i, 1992 (Q.S.Al-Isra:12)

yang jelas dari benda yang diperjualbelikan.⁴ Allah Swt juga melarang manusia memakan harta sesama dengan cara yang batil yaitu tidak sesuai dengan hukum syari'i. Anjuran tersebut berada pada QS. An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*(QS. An-Nisa'(4): 29)⁵

Ayat tersebut kemudian ditafsirkan oleh Al-Maraghi yang pentafsirannya bermakna “Janganlah kalian termasuk orang-orang yang tamak yang memakan harta orang lain tanpa ganti rugi mata uang atau status manfaat. Tetapi makanlah harta itu dengan perniagaan yang pokok penghalalnya ialah dengan saling meridhai, itulah yang

⁴Amin Suma, Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam, (Ciputat: Kholam Publishing, 2008). h. 183.

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: Asy-Syifa'i, 1992 (Q.S.An-Nisa:29)

patut bagi orang-orang yang menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dan agama, apabila ingin termasuk ke dalam golongan orang-orang yang banyak hartanya. Dasar halalnya perniagaan adalah saling meridhai antara pembeli dan penjual. Penipuan, pendustaan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan.⁶

Dalam kegiatan bisnis, penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat, dinamika perekonomian ekonomi yang naik turun, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.

Bagi konsumen, harga menjadi suatu ukuran tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Bagi pengusaha, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut. Apabila harga suatu produk di pasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merek

⁶ Ahmad Mustofa Al-Maraghi, *Terjemahtafsir Al-Maraghi*, Jilid V, Penerjemah Bahrin Abu Bakkar Et Al, (Semarang: 1989), h. 27.

produk di benak konsumen adalah cukup bagus dan meyakinkan. Sebaliknya apabila harga suatu produk di pasaran adalah rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah kurang baik dan merek produk tersebut kurang bagus dan kurang meyakinkan di benak konsumen.

Harga bisa menjadi tolak ukur mengenai kualitas dan merek dari suatu produk. Bagi pengusaha, harga adalah sejumlah biaya dan pengorbanan lainnya yang diberikan untuk ketersediaan suatu produk. Karena itu harga sangat berperan dalam setiap usaha yang dilakukan, sebab tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang terjual, dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi keuangan suatu usaha/badan usaha. Asumsi yang berkembang disini adalah bahwa pengusaha menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut.

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan dengan kepemilikan harta kekayaan alam yang sangat berlimpah. Kekayaan yang dimiliki itu dimanfaatkan sebagai cara agar taraf hidup bangsa Indonesia meningkat, dan merealisasikan masyarakat yang adil dan Makmur sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Dalam hal ini Indonesia memiliki kekayaan yang paling besar dalam hal minyak dan gas. Pertambangan yang dimiliki Indonesia berjalan dengan hasil minyak dan gas bumi yaitu termasuk dalam sumber daya alam yang sangat strategis yang modern serta salah satu komoditas utama yang menyangkut kebutuhan banyak manusia. Selain itu peran penting yang dimiliki oleh komoditas ini dalam perekonomian nasional sehingga dalam mengelola harus bisa secara penuh agar rakyat bisa makmur dan sejahtera.

Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan sesuatu yang sangat penting dalam memenuhi hajat masyarakat di seluruh negara yang ada, baik negara berkembang hingga negara maju. Di Indonesia BBM merupakan sesuatu yang pokok dalam hal yang dibutuhkan masyarakat. BBM dimanfaatkan pada rumah tangga, industri, ataupun transportasi. Oleh sebab itu, BBM memiliki peran penting untuk menentukan harga barang dan jasa. Minyak solar adalah salah satu jenis BBM yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam

industry dan pabrik. Minyak solar adalah salah satu jenis minyak bumi yang memiliki warna kuning kecoklatan jernih yang mendidih sekitar 175-370°. Umumnya, dalam solar terkandung belerang dengan kadar yang cukup tinggi. Secara umum, solar biasanya digunakan sebagai bahan bakar untuk segala jenis mesin diesel dengan putaran tinggi (diatas 1000rpm), selain itu juga dimanfaatkan untuk bahan bakar pada pembakaran langsung di dalam dapur kecil yang khususnya menginginkan pembakaran yang bersih. Minyak solar biasa disebut juga Gas Oil, Automotive Diesel Oil, High Speed Diesel.⁷

PT X merupakan perusahaan penyedia Bahan Bakar Minyak Industri (non subsidi) yang di peruntukan bagi perusahaan Industri Swasta, kapal kapal besar ataupun kecil dan proyek perusahaan yang membutuhkan Solar. PT X memiliki dua sumber Solar non subsidi yaitu Solar PERTAMINA dan Solar PT Intim Putra Perkasa. Sistem penjualan Solar PT X diawali dengan penawaran kepada calon konsumen seperti perusahaan Industri Swasta, kapal kapal besar ataupun kecil dan proyek perusahaan yang membutuhkan Solar, apabila konsumen tertarik dilanjutkan dengan kesepakatan atau kontrak jual beli yang didalamnya

⁷ A. Harjono, *Teknologi Minyak Bumi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), hlm. 87

berisi harga solar, jumlah solar yg di butuhkan, dan waktu pengiriman solar. Setelah terjadi akad atau kontrak jual beli antara PT X dan konsumen dari PT X akan mencarikan ketersediaan solar yang dibutuhkan sesuai pesanan konsumen dan dikirimkan sesuai akad yang telah disepakati.

Bisnis penjualan solar non subsidi yang di lakukan oleh PT X tidak jauh dari strategi Mark Up harga atau Mark Up Pricing, Mark Up adalah strategi penetapan harga di mana harga jual suatu produk atau layanan ditetapkan lebih tinggi dari biaya produksinya. Dalam strategi ini, Mark Up merupakan selisih antara harga jual dan biaya produksi, yang menjadi sumber keuntungan utama bagi bisnis. Dalam Islam, Mark Up harga atau keuntungan dari penjualan suatu barang, termasuk solar atau produk lainnya, pada dasarnya diperbolehkan, selama memenuhi prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan tidak merugikan pihak lain. Islam membolehkan seseorang mengambil keuntungan dari aktivitas perdagangan, namun tetap dengan batasan etis yang diatur dalam Hukum Islam (syariah). Mark Up harga diperbolehkan dalam Islam, selama dilakukan dengan wajar, transparan, dan tidak menimbulkan ketidakadilan atau merugikan pihak lain. Praktik Mark Up yang berlebihan, penimbunan barang, atau eksploitasi kondisi pasar melanggar etika bisnis dalam Islam dan dilarang. Islam

mengajarkan keseimbangan antara memperoleh keuntungan yang sah dan tidak membebani konsumen secara tidak adil.

Pada praktik penjualan solar non subsidi di PT X, perusahaan tersebut dapat secara bebas mengambil bahan solar dimana saja karena perusahaan tersebut memiliki Surat Keterangan Penyalur (SKP) surat tersebut di gunakan untuk penyaluran penjualan solar pada perusahaan solar subsidi ataupun non subsidi yang memiliki Izin Niaga Umum (INU) izin ini di gunakan untuk perusahaan yang memiliki tambang solar pribadi yang di miliki perusahaan dan dapat dijual secara langsung tanpa menggunakan penyalur. Pada kesimpulan tersebut PT X bisa secara bebas mendapatkan solar Subsidi ataupun non subsidi pada perusahaan manapun yang memiliki INU.

Penetapan harga solar non subsidi di PT X menjadi isu yang kompleks dalam Tinjauan Hukum Islam. Pada tujuannya penelitian ini ingin menganalisis aspek aspek Hukum Islam terkait praktik Mark Up harga solar non subsidi, dengan fokus pada prinsip keadilan,transparasi, dan etika bisnis. Peneliti menunjukan bahwa Mark Up harga yang terlalu tinggi dapat dikategorikan sebagai bentuk eksploitasi dan melanggar prinsip keadilan, dimana konsumen berpotensi di rugikan. Selain itu, praktik ini dapat menciptakan

ketidakpastian yang bertentangan dengan prinsip transparansi yang mana jika di lihat dari Tinjauan Hukum Islam dapat menimbulkan unsur ghoror. Maka dari itu sangat relevan apabila penulis mengangkat judul penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang.”

B. Rumusan Masalah :

1. Bagaimana Praktik Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X?

C. Tujuan Penulisan

1. Mengetahui Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi PT X.
2. Mengungkapkan Tinjauan Hukum Islam terhadap Penetapan Harga Jual Solar pres di PT X.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka menampilkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini sebagai dasar pijakan. Telaah pustaka juga dibutuhkan agar peneliti dapat memabatasi ruang lingkup kepada bidang peneitian yang diperlukan serta menunjukkan bahwa penelitian ini benar benar baru dan dapat terhindar dari plagiarisme.

Berdasarkan penelusuran pustaka yang telah dilakukan, penelitian yang mengkaji Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Kota Semarang secara spesifik nampaknya belum ditemukan. Namun demikian, terdapat beberapa penelitian yang memfokuskan kajiannya pada praktik jual beli secara umum :

1. Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Bahan Bakar Minyak Premium Eceran (Studi Kasus di Kecamatan Padang Guci Hilir Kabupaten Kaur)” oleh Dini Indah Lestari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2020

Penelitian ini menggunakan metode observasi, interview, dokumentasi dan studi pustaka. Setelah data terkumpul kemudian penulis melakukan Analisis Data dengan menggunakan Metode Analisis Deskriptif. Hasil penelitian pada jual beli ini penjual melakukan akad jual beli dengan mencampurkan dengan minyak goreng dan air putih dan juga mengurangi timbangan atau ukuran kurang dari 1 liter. Padahal dalam Hukum Islam jual beli ini tidak sesuai dengan syariat islam dikarenakan ada unsur Gharar yang artinya ketidakjelasan suatu barang yang dijual kepada pembeli.

2. Skripsi yang berjudul “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Solar Sisa Truk (Studi Kasus Pengepul Solar

Sisa Truk Perusahaan Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas)” oleh Derina Dinda Rahmaningrum Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2023

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli solar sisa yang dilakukan oleh sopir truk perusahaan di kecamatan Cilongok dalam perspektif Hukum Islam berdasarkan QS. Asy-Syu'ara jual beli tersebut merugikan orang lain. Karena barang yang diperjual belikan bukan milik sendiri akan tetapi hak milik perusahaan. Dan diantara sopir truk dan pengepul mengetahui hal tersebut akan tetapi mereka tetap melakukan transaksi jual beli. Sehingga jual beli tersebut termasuk ke dalam jual beli fudhuli yaitu jual beli yang bukan milik sendiri.

3. Jurnal yang berjudul “Analisis Dampak Pelangsir Bbm Solar Subsidi Terhadap Penjualan Pada Pt. Raja Energi Kalimantan Di Kabupaten Banjar” oleh Eka Mayang Damaiyanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia 2023

Jenis metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan fenomena sosial secara

detail serta menyajikan gambar yang lengkap mengenai dampak pelangsir bbm solar Subsidi terhadap penjualan. Hasil penelitian adalah bahwa selama ini dampak yang ditimbulkan dari pelangsir BBM Subsidi sangat berpengaruh kepada penjualan minyak industri yang dijual PT Raja Energi Kalimantan.

4. Skripsi yang berjudul “ Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Atas Mark-Up Harga Pada masa Darurat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pasar Baru Panyabungan) oleh Nur Hapipah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal 2023

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa praktik mark-up harga yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Baru Panyabungan ini disebabkan oleh yang pertama adanya kenaikan harga yang berasal dari pihak agen atau grosir tempat pengambilan barang dagangan, di mana para pedagang yang berada di Pasar Baru Panyabungan terpaksa harus me mark-up harga barang dagangannya mengikut dengan harga yang berasal dari pihak agen atau grosir, yang kedua karena adanya kelangkaan untuk beberapa barang

konsumsi karena adanya penimbunan yang disengaja dari oknum-oknum yang berasal dari kota dan kebijakan dari pemerintah yaitu membatasi aktivitas masyarakat untuk membatasi penyebaran Virus Covid-19 yang menyebabkan supply (pasokan) dan demand (permintaan) tidak seimbang

5. Karya Ilmiah yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu” oleh Muammar Khadafi, Lc., M.A., Dr. Dina Madinah, S.E., M.Acc. dan Euis Kurniasih dalam Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan. Penelitian ini menganalisis dengan cara deskriptif yaitu dengan cara memaparkan dan menjelaskan tentang permasalahan penelitian dan menggunakan alat hukum untuk membahas permasalahan kajian dalam penelitian ini yaitu Hukum Islam. Penelitian ini membahas mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap sistem diskon dengan Mark Up terlebih dahulu. Hasil penelitian menyatakan diskon menurut Islam pada dasarnya diperbolehkan apabila rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi.

E. Metode Penelitian

Metodologi adalah sebuah cara untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Dalam menjalankan setiap kegiatan penelitian dibutuhkan jenis pendekatan penelitian apa yang kelak akan diterapkan, agar penelitian tersebut benar-benar memiliki landasan pokok dalam sudut metodologi penelitian.⁸ Sedangkan penelitian ini adalah sarana yang digunakan untuk memperkuat, membina serta mengembangkan ilmu pengetahuan.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian empiris suatu metode penelitian hukum yang menggunakan fakta-fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia, baik perilaku verbal yang didapat dari wawancara maupun perilaku nyata yang dilakukan melalui pengamatan langsung.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian undang-undang dan kasus penelitian. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah kasus-kasus yang berkaitan

⁸ Suteki dan Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020), 148.

dengan isu hukum yang dihadapi. Kasus-kasus tersebut merupakan kasus yang telah menjadi putusan pengadilan yang berkekuatan tetap.

2. Jenis dan Sumber Data.

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yang dimaksud data berbentuk kalimat pernyataan, uraian, atau nominal tertentu, tetapi lebih di dominasi berbentuk kalimat pernyataan, uraian, deskripsi, yang mengandung suatu makna dan nilai (*value*) tertentu yang diperoleh melalui penggalian data khas kualitatif.⁹ Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap Direktur Marketing PT X Semarang menjadi data kualitatif sehingga metode interview terstruktur menjadi cara yang dilakukan oleh penulis.

b. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat rujukan yang diperoleh dari kumpulan data-data maupun informasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung di lapangan yang

⁹ Arifin Rijal, *Mengenal Jenis dan Teknik Penelitian*, (Jakarta : Erlangga, 2001), 288.

berhubungan dengan kegiatan masyarakat.¹⁰ Dalam arti lain data yang diperoleh langsung di lapangan melalui informan dengan cara observasi, dan wawancara.¹¹ Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan didapat dari Bapak Abdul selaku Direktur Marketing PT X Semarang.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari sumbernya, tetapi melalui sumber lain. Atau dalam arti lain data yang sudah tersedia dan tidak dibatasi oleh tempat dan waktu.¹² Data sekunder sendiri meliputi tiga bagian di antaranya:

- a) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang menjadi sumber pokok dalam penelitian dan bersifat mengikat. Bahan hukum primer dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

I. Peraturan Presiden Republik Indonesia
Nomor 69 Tahun 2021 Tentang

¹⁰ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 23.

¹¹ Meray Hendrik Mezak, *Jenis, Metode dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum*, *Law Review Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan*, (Vol. V, No.3. Murei 2006), 93.

¹²*Ibid.*

Perubahan Kedua Atas Peraturan Presiden Nomor 191 Tahun 2014 Tentang Penyediaan, Pendistribusian dan Harga Jual Eceran Bahan Bakar Minyak Pasal 14 ayat 4

II. Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi Pasal 55 Mengatur sanksi bagi pihak yang menyalahgunakan pengangkutan dan/atau niaga BBM yang disubsidi oleh pemerintah.

III. QS. An-Nisa' [4]: 58 “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...”

IV. Prinsip Keadilan (Al-‘Adl) Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa menipu, maka dia bukan dari golonganku.” (HR. Muslim)

b) Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang menjadi penjelasan dari bahan hukum primer dan bersifat melengkapi. Data hukum sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari:

I. Hasil penelitian

II. Buku-buku

III. Jurnal ilmiah

- c) Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum penunjang yang melengkapi bahan hukum sekunder, diantaranya yaitu kamus, ensiklopedia, dan bahan dari internet.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian hukum metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi lapangan dan wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Dalam penelitian hukum metode pengumpulan observasi terdiri dari dua macam, yaitu:

- 1) Observasi Parsipatoris adalah seorang peneliti terlibat langsung bagaimana orang yang ditelitinya.
- 2) Observasi Non Parsipatoris adalah seorang peneliti hanyalah meneliti, tidak sebagai orang yang diteliti.

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis Observasi Non Parsipatoris, karena penulis hanyalah meneliti, tidak terlibat dalam praktik tersebut.

b. Wawancara

Teknik wawancara merupakan upaya menggali informasi dengan melakukan Tanya jawab secara lisan terhadap individu-individu yang nantinya akan

dijawab dengan jawaban-jawaban yang lisan juga. Adapun metode ini dibedakan menjadi dua yaitu:

- 1) Interview terstruktur, yaitu peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan dalam proses wawancara.
- 2) Interview non terstruktur, yaitu pertanyaan ada saat wawancara berlangsung, artinya peneliti tidak menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu.

Berdasarkan beberapa teknik wawancara diatas, penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur (Interview terstruktur), yang mana penulis telah menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu sebelum wawancara dilakukan.

4. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang berupaya menjelaskan bagaimana penerapan hukum pada sebuah realita, baik realita hukum pada tataran *inconcreto* ataupun pada bekerjanya hukum pada realita sosial (*social legal research*) kerja kongkrit penelitian ini mengkaji terhadap efektifitas hukum, dalam tataran implementasi hukum, dan juga analisis terhadap hukum

yang hidup di masyarakat (*living law*), sering disebut juga antropologi hukum/budaya hukum.

Dalam analisis data ada beberapa tahapan yang meliputi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses menyuling atau mengekstraksi informasi sehingga ditemukan konsep dan hubungan yang benar-benar esensi atau penting. Proses reduksi data biasanya dilakukan sekali atas seluruh data. Proses ini dilakukan untuk memisahkan antara tema utama dengan tema pendukung. Pada proses ini, pemisahan antara hal-hal yang esensial dengan yang tidak juga dilakukan. Reduksi data mungkin tidak diperlukan atas seluruh pengkodean yang telah dilakukan, karena beberapa kode bisa jadi telah cukup jelas.¹³

b. Penyajian Data

Menyajikan data pada dasarnya adalah meletakkan hal-hal yang diketahui (dilapangan) sesuai dengan tema. Pada tahap ini proses indentifikasi atas tema utama dan sub tema

¹³ Asfi Manzilati, “*Metodologi Penelitian kualitatif*”, Cet 1, (Malang: UB Media Universitas Brawijaya, 2017), 86.

dilakukan. Proses pengujian kualitatif antara lain juga memberikan perhatian untuk kosa kata khusus milik informasi yang digunakan untuk mendiskusikan topik yang diangkat, nuansa, identifikasi konteks-konteks yang berbeda dimana fenomena terjadi.¹⁴

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan, yakni proses memahami pola, alur, atau penjelasan dari data. Pada proses ini peneliti berupaya mendapatkan pemahaman atas data yang dimiliki. Kemudian verifikasi data, yakni proses pemeriksaan ulang kebenaran atas data. Pada tahap ini peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data untuk tujuan validitas.¹⁵

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar penulis dapat terfokus dan berorientasi terhadap fokus penelitian sesuai dengan bidang kajian sehingga mempermudah pembahasan dan menjadikan pembahasan lebih terarah, dalam penelitian ini terbagi atas lima bab dimana antara bab satu dengan yang lainnya saling berkaitan sebagai pembahasan yang utuh.

¹⁴*Ibid.*

¹⁵*Ibid.*

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- BAB I :Pendahuluan yang mengemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II : Landasan teori yang membahas tentang tinjauan konsep umum mengenai pokok bahasan mengenai Penetapan Harga Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif
- BAB III : Praktik penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang
- BAB IV : Membahas tentang hasil penelitian penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang.
- BAB V : Bab ini merupakan rangkaian akhir dari penulisan penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran-saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi untuk kajian selanjutnya dan kata penutup.

BAB II

PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM POSITIF

A. Penetapan Harga Menurut Hukum Islam

1. Pengertian Harga

Harga menurut Ridwan Iskandar Sudayat adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Menurut Murti dan John menyatakan harga merupakan yang salah satu komponen menghasilkan pendapatan¹⁶. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk barang dan jasa yang diinginkan.

Harga dalam fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si''r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si''r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqh membagi *as-si''r* menjadi dua macam yaitu: Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara

¹⁶ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, Cet, Ke-1, (Bandung, Pustaka Setia, 2014), hlm 62.

alami, tidak boleh campur tangan karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hal para pedagang ataupun produsen.

Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga inilah yang disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*¹⁷.

Menurut Ibnu Taimiyah, salah satu konsep sederhana tentang harga sering kali menggunakan dua istilah saat membahas tentang hal ini yaitu kompensasi yang setara (*,iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*). Harga yang adil menurutnya adalah harga yang setara. Harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus. Harga yang setara menurut Ibnu Taimiyah adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan

¹⁷ Setiawan budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta, Gema Insani, 2003), hlm 90.

pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran¹⁸.

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting dalam aspek jual beli, artinya bila harga barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual barang terlalu murah, maka keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Pengaturan dan penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen akan mempengaruhi penjualan dan pendapatan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

- a. Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan.
- b. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat

¹⁸ Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam Dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah)*, Cet. Ke-1, (Surabaya: LaksBang PressIndo, 2017), kata pengantar.

umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.

- c. Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual dan perusahaan, maksudnya harga yang ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

Di sisi lain, terkait dengan sistem penjualan dalam Islam, baik barang maupun jasa terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:¹⁹

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba.
- d. Menerapkan kasih sayang.
- e. Menegakkan toleransi dan keadilan.

Dari pemaparan diatas, jumbuh ulama sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, akan tetapi dengan catatan bahwa didalam kondisi tertentu pemerintah

¹⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2016), hlm 189.

dapat melakukan kebijakan pengaturan dan penetapan harga. Meskipun demikian, prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar.

2. Pengertian *Tas'ir* (Pengaturan Dan Penetapan Harga)

Pengaturan dan penetapan harga atau *tas'ir* dalam bahasa Arab berasal dari kata *sa'ara* (*fi'il madhi*), *yusa'iru* (*fi'il mudhari*), *tas'iiran* (*mashdar*) yang memiliki arti kesepakatan atas suatu harga (*al-ittifaq* „*ala si'rin*). Sedangkan menurut ulama *tas'ir* diartikan sebagai berikut²⁰:

- a. Menurut Syaikh Zakariya Al-Anshari (Ulama Syafi'iyah) : *“Tas'ir adalah perintah wali (penguasa) kepada pelaku pasar agar tidak menjual barang dagangan mereka kecuali dengan harga tertentu”*(Zakariya Al-Anshari, *Asnal Mathalib Syarah Raudhah AthThalib*, II/38)
- b. Menurut Imam Ibnu Irfah (Ulama Malikiyah) : *“Tas'ir adalah penetapan harga tertentu untuk barang dagangan yang dilakukan oleh penguasa kepada penjual makanan di pasar dengan sejumlah dirham”* (Muhammad bin Qasim Al-Anshari, *Syarah Hudud Ibnu Irfah*, II/35)
- c. Menurut Imam Al-Bahuti (Ulama Habilah) :

²⁰ Veinthal Rivai Rizal, et al, *Ekonomi Mikro Islam*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm 482-484.

“*Tas’ir* adalah penetapan suatu harga oleh Imam (Khalifah) atau wakilnya atas masyarakat dan Imam memaksa mereka untuk menjual beli pada harga itu” (Al-Bahuti, *Syarah Muntaha Al-Iradat*, II/26)

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *tas’ir* adalah intervensi harga yang dilakukan oleh penguasa kepada produsen barang dagangan tertentu dan memaksa mereka untuk menjual beli berdasarkan harga yang ditetapkan.

Kesamaan dari definisi-definisi diatas selalu menyebut tiga unsur yang sama. Pertama, penguasa sebagai pihak yang mengeluarkan kebijakan. Kedua, pelaku usaha sebagai pihak yang menjadi sasaran kebijakan. Ketiga, penetapan harga tertentu sebagai substansi kebijakan.

3. Tujuan Penetapan Harga

Adapun tujuan-tujuan dalam mengatur dan menetapkan harga adalah sebagai berikut²¹:

- a. Meningkatkan penjualan.
- b. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*.
- c. Stabilitas harga.
- d. Mencapai target pengembalian investasi

²¹ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008), hlm 241.

e. Mencapai laba maksimum.

Berikut ini dapat dikemukakan tujuan pengaturan dan penetapan harga yang bersifat ekonomis dan nonekonomis

a. Memaksimalkan Laba

Penetapan harga ini biasanya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ini diperoleh. Semakin besar margin keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen.

b. Meraih Pangsa Pasar

Untuk dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target pasar maka suatu perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin. Dengan harga turun, maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari *market share* pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pangsa pasar tersebut diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan.

c. *Return On Investment* (ROI)/Pengembalian Modal Usaha

Setiap usaha menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI yang tinggi dapat dicapai dengan menaikkan *profit margin* dan meningkatkan angka penjualan.

d. Mempertahankan Pangsa Pasar

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar dapat mempertahankan pangsa pasar yang ada.

e. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, para pesaingnya harus menurunkan harga juga. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak dan gas bumi). Tujuan stabilitas dilakukan dengan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

f. Menjaga Kelangsungan Hidup Perusahaan

Perusahaan yang baik menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan agar tetap memiliki dana yang cukup untuk menjalankan aktivitas usaha/bisnis yang dijalani.

4. Dasar Hukum

Terdapat perbedaan antara fiqh ibadah dan fiqh muamalah, perbedaan tersebut dapat terlihat ketika membandingkan kepada hukum asal kedua fiqh ini. Fiqh ibadah pada prinsipnya akan menjadi haram jika tidak ada dalil yang

memerintahkannya, hal yang berbanding terbalik dengan fiqh muamalah, yakni semua perkara pada dasarnya adalah halal kecuali ada dalil yang melarangnya.

a. Al-Qur'an

Para ulama sepakat bahwa Al-Qur'an adalah *hujjah* (konstitusi) dan sumber hukum syariat tertinggi serta harus diamalkan. Jika satu masalah terjadi dan di dalam Al-Qur'an terdapat hukumnya secara pasti maka harus diamalkan dan tidak boleh diabaikan. Namun, jika ada nash yang mempunyai beberapa interpretasi maka penafsirannya masih belum pasti, tetapi masih harus diamalkan juga²². Sebagaimana firman Allah swt dalam surat an-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

²² Rasyad Hasan Khalil, *Tarikh Tasyri*, Cet. Ke-4 (Jakarta: Amzah, 2015), hlm 148.

Ayat tersebut ditafsirkan dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan yang batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta orang lain dengan batil dengan berbagai cara antara lain riba, penipuan, dan menganiaya termasuk juga dalam segala jalan yang tidak dilarang oleh syara', yang tidak termasuk ke jalan perniagaan keridhaan (suka sama suka) antara kedua belah pihak. Sedangkan memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat²³.

Ayat lain dijelaskan sebagaimana firman Allah dalam surat al Baqarah ayat 279 sebagai berikut:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ
فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).

Berdasarkan ayat tersebut dijelaskan bahwa Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan

²³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disemournakan)*, Jilid II, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm 154.

dimakan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil paling mendasar adalah dalam menentukan mutu, takaran, dan harga. Berlaku adil akan menimbulkan kebermanfaat kedua belah pihak dan berlaku tidak adil akan membawa kerugian di sebelah pihak. Bahkan bukan harga perbuatan tidak adil, perbuatan yang menimbulkan keraguan dan menyesatkan pun Islam melarang hal yang demikian²⁴.

Dari pemaparan tersebut, ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan pengaturan dan penetapan harga tidak dijumpai di dalam al-Qur'an. Sehingga perlu ditelusuri pada peraturan hukum syariah lain seperti Al-Hadits, Ijma, Qiyas, dan lain sebagainya.

b. Al-Hadits

Dalam hadits Rasulullah Saw dapat dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan membahas pengaturan dan penetapan harga (*tas'ir*) yang memperbolehkan perilaku tersebut asalkan dalam kondisi tertentu yang menurut ulama fiqh adalah *almaslahah al-mursalah* (kemaslahatan).

²⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disemournakan)*, Jilid I, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm 189.

Ulama fiqh menyatakan bahwa kenaikan harga yang dimaksud dalam hadits ini bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh karena itu, Rasulullah dalam keadaan demikian yang menjalankan fungsi sebagai kepala negara tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut²⁵. Ulama fiqh juga berpendapat bahwa hadist tersebut merupakan dalil yang menjelaskan mengenai pengaturan dan penetapan harga di dalam Islam. Ulama fiqh berbeda pendapat terkait hal ini. Menurut sebagian ulama Syafi'i, penguasa tidak berhak mengatur dan menetapkan harga, biarkan masyarakat menjual dagangan mereka sebagaimana yang mereka inginkan, karena harga suatu barang adalah hak pihak yang bertransaksi maka kepadanya diserahkan fluktuasinya, itulah sebabnya imam atau penguasa tidak berhak mencampuri haknya. Sementara itu Imam Malik berpendapat sebaliknya, bahwa penguasa berhak menetapkan harga. Penetapan harga pada masyarakat itu boleh dilakukan apabila dikhawatirkan pelaku pasar akan menafsirkan ketaatan kaum muslimin

²⁵ Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 223.

kepada “mekanisme pasar” dengan penafsiran yang negatif atau disalahgunakan.

5. Pengaturan Dan Penetapan Harga Menurut Ulama Fikih

a. Menurut Abu Yusuf (113-182 H/731-798 M)

Abu Yusuf terlahir dengan nama lengkap Ya'qub bin Ibrahim bin Habib bin Khunais bin Sa'ad Al-Anshari Al-Jalbi Al-Kufi Al-Baghdadi, lahir di Kufah pada tahun 113 H (731 M) dan wafat di Baghdad pada tahun 182 H (798 M). Dari keturunan (nasab) ibunya, ia masih mempunyai keturunan darah dengan salah seorang sahabat Rasulullah Saw bernama Sa'ad Al-Anshari. Selama tujuh belas tahun, Abu Yusuf tiada henti-hentinya belajar kepada pendiri mazhab Hanafi sehingga terkenal sebagai salah satu murid terkemuka Abu Hanifah. Terdapat beberapa karya tulis beliau yang masih menjadi rujukan hingga saat ini diantaranya *al-Jawami'*, *ar-Radd'ala Siyar al-Auza'I*, *al-Atsar*, *Ikhtilaf Abi Hanifah wa Ibn Abi Laila*, *Adab alZadhi*, dan *al-Kharaj*. Diantara beberapa karya beliau diatas kitab *al-Kharaj* yang menjadi karya

monumental yang membahas tentang perpajakan dan keuangan publik dan sumber pendapatan negara²⁶.

Abu Yusuf mengatakan dalam kitabnya *al-Kharaj* sebagai berikut²⁷:

- 1) Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut sudah pasti ada yang mengaturnya dan prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena barang melimpah. Mahal dan murah adalah ketentuan Allah, terkadang barang yang sedikit harganya murah, namun bisa jadi barang yang melimpah justru harganya mahal. Berdasarkan pernyataan tersebut, Abu Yusuf menyangkal tentang hubungan berbalik antara *supply* dan harga karena pada kenyataannya harga tidak hanya tergantung pada permintaan saja, namun juga pada kekuatan penawaran. Sehingga beliau bekesimpulan bahwa mekanisme pasar memberikan kebebasan yang optimal kepada produsen dan konsumen serta harga yang

²⁶ Meriyati, *Sejarah Ekonomi Islam (Pemikiran Tokoh Masa KlasikKontemporer)*, Cet. Ke-1, (Palembang: Karya Sukses Mandiri, 2016), hlm 7374.

²⁷ Veinthal Rivai Rizal, et el, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm 7-8.

diserahkan pada kekuatan *demand* dan *supply* pasar.

2) Tidak menolak peranan permintaan dan penawaran dalam penentuan harga.

b. Menurut Yahya bin Umar (213-289 H/831-907 M)

Abu Bakar Yahya bin Umar bin Yusuf al-Kannai al-Andalusi atau lebih dikenal dengan nama Yahya bin Umar, lahir pada tahun 213 H (831 M) dan wafat pada tahun 289 H (907 M), ia merupakan fuqaha beraliran mazhab maliki yang aktif menulis tentang masalah yang bermanfaat bagi orang banyak. Salah satu kitab beliau yang terkenal ialah kitab *Ahkam al-Suq*, dimana dalam kitab ini yang menjadi tema sentralnya adalah penetapan harga²⁸.

Dalam pendapatnya, eksistensi harga menjadi suatu hal yang penting dalam suatu transaksi. Penetapan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan. Namun, mekanisme tersebut harus tunduk kepada kaidah-kaidah yang berlaku. Kaidah tersebut ialah pemerintah hanya dapat melakukan intervensi pasar ketika terjadi tindakan sewenang-wenang

²⁸ Meriyati, *Sejarah Ekonomi Islam (Pemikiran Tokoh Masa Klasik-Kontemporer)*, hlm 109-111.

dalam pasar yang mengakibatkan kemudharatan bagi masyarakat.

Dua hal yang membolehkan pemerintah melakukan intervensi terhadap pengaturan dan penetapan harga (*tas''ir*) di pasar, yaitu:

- 1) Para pedagang tidak menjual barang dagangan tertentu (*ikhthikar/monopoly''s seeking*), padahal masyarakat sangat membutuhkan barang tersebut, akibatnya harga barang menjadi tidak stabil dan hal tersebut dapat membahayakan kehidupan masyarakat luas dan mencegah terciptanya masyarakat yang sejahtera.
- 2) Pedagang melakukan praktik banting harga (*siyasah al-Ighraq/dumping*). Praktek ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat serta mengacaukan stabilitas harga di pasar²⁹.

c. Menurut Al-Ghazali (450-505 H/1058-1111 M)

Hujattul Islam Abu Hamill Muhammad bin Muhammad Al-Tusi Al-Ghazali lahir di Tus, sebuah kata kecil di Khurasan, Iran pada tahun 450 H (1058 M). Sejak kecil, Imam Al-Ghazali hidup dalam dunia tasawuf

²⁹ Moh Subhan, *Pemikiran Ekonomi Yahya Bin Umar Dalam Perspektif Ekonomi Modern*, Jurnal Ulu Muna Vol. 1, 2015, hlm 94-95.

hingga meninggal pada tanggal 14 Jumadil Akhir 505 H atau Desember 1111 M³⁰.

Al-Ghazali pernah mengeluarkan pandangan yang mengejutkan tatkala mengenai penjabaran yang rinci atas peranan aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai permintaan dan penawaran. Beliau juga pernah berbicara mengenai harga yang berlaku seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian hari dikenal sebagai *at-tsaman al,,adil* (harga yang adil) di kalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) di kalangan ulama kontemporer³¹.

d. Menurut Ibnu Taimiyah (661-728 H/1263-1328 M)

Ibnu Taimiyah memiliki nama lengkap Taqiyuddin Ahmad bin Abdul Halim bin Abdussalam bin Abdullah An-Namiri Al-Harrani. Lahir di desa Heran, sebuah desa kecil di Palestina pada tanggal 10 Rabiul Awal tahun 661 H dan wafat pada tahun 728 H. Dalam sejarahnya beliau merupakan orang yang alim dan banyak pengetahuan dalam fikih mazhab Hanbali dan banyak menulis

³⁰ Meriyati, *Sejarah Ekonomi Islam (Pemikiran Tokoh Masa KlasikKontemporer)*, hlm 121-122.

³¹ Adiwarmanto Azwar Karim, *Ekonomi Islam (Suatu Kajian Kontemporer)*, Cet. Ke-II, (Depok: Gema Insani, 2018), hlm 157.

karyakarya ilmiah, sebanyak lebih kurang 15 buku telah dibuat oleh beliau semasa hidupnya dan untuk pemikiran ekonomi kebanyakan dapat ditelusuri di kedua bukunya yakni *Al-Hisbah fi'l Islam* dan *al-Siyasah al-Shariah fi islah al-Rai wal'l-Raiyah*³².

Beliau memiliki tiga teori dalam kegiatan ekonomi yaitu upah, laba, dan harga yang adil. Ibnu Taimiyah merupakan salah satu ulama yang sangat konsen terhadap asas berkeadilan di dalam kegiatan ekonomi. Mengenai harga yang adil, beliau menjelaskan bahwa harga yang adil merupakan harga yang setara atau sepadan sebagaimana telah dijelaskan pada halaman terdahulu. Berdasarkan pernyataan tersebut, harga yang setara atau sepadan merupakan harga yang dibentuk oleh pasar yang berjalan secara bebas, artinya pertemuan antara kekuatan permintaan (*demand*) dengan penawaran (*supply*).

Di pembahasan lain, Ibnu Taimiyah juga membahas mengenai masalah regulasi harga. Pembahasan ini untuk menegakkan keadilan dan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Menurut pandangannya, jika terjadi kekurangan bahan pokok dalam masyarakat, maka pemerintah harus menetapkan harga. Hal ini dilakukan

³² Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm 374.

agar tidak terjadi monopoli harga bahan-bahan pokok dan perlu diingat bahwa pemerintah dalam membuat regulasi harga harus bermusyawarah dengan masyarakat yang mengerti persoalan harga bahan pokok yang berlaku³³.

e. Menurut Ibnu Khaldun (732-808 H/1332-1404 M)

Abdurrahman bin Muhammad bin Muhammad bin Khaldun Abu Zaid Waliyyudin Al-Hadhrami. Ulama yang lahir di Tunisia pada tahun 732 H dan wafat di Mesir pada tahun 1404 H. Terkenal sebagai bapak ilmu ekonomi. Beliau memiliki karya yang terkenal berjudul *AlMuqaddimah*. Di dalam *Al-Muqaddimah*, Ibnu Khaldun menulis khusus satu bab mengenai harga-harga di kota.

Mengenai harga, harga merupakan hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Beliau mengatakan “Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, harga-harga akan naik. Akan tetapi, ketika barang-barang yang tersedia melimpah, maka harga-harga akan turun”, secara lebih rinci beliau menjabarkan persaingan di antara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan³⁴.

³³ Veinthzal Rivai Rizal, et el, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm 20-21.

³⁴ Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 223.

Beliau juga menyatakan bahwa pemerintah ikut campur tangan dalam mengatur dan menentukan harga selama mekanisme pasar dalam menentukan harga selama mekanisme pasar berjalan normal. Hanya bila mekanisme normal tidak berjalan, pemerintah disarankan melakukan kontrol harga³⁵.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya para ekonom Islam bersepakat bahwa pengaturan dan penetapan harga ditetapkan berdasarkan mekanisme pasar yang didasarkan pada kekuatan permintaan (*supply*) dan penawaran (*demand*). Akan tetapi, pada situasi tertentu misalnya menghindari praktik *ikhtikar*, praktik banting harga, dan persaingan pasar yang tidak berlangsung normal, maka pemerintah dapat melakukan pengontrolan harga sesuai kaidah yang berlaku.

6. Harga yang Adil Menurut Islam

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Transaksi bisnis dilakukan pada harga yang adil sebab hal ini adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga

³⁵ Adiwarmanto Azwar Karim, *Ekonomi Islam (Suatu Kajian Kontemporer)*, hlm 164.

merugikan salah satu pihak. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan yang dibayarkannya.

Konsep harga yang adil didasarkan pada konsep *equivalent price* (harga yang setara) yang telah menunjukkan pandangan maju dalam teori harga dengan konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja yang tentunya kurang memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang luas. Konsumen juga mempunyai penilaian sendiri atas suatu barang. Itulah sebabnya syariah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam Islam, menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah Rasulullah. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Bahkan seluruh ulama sepanjang sejarah sepakat bahwa keadilan unsur paling utama dalam *maqasid syariah*³⁶.

³⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, hlm 59.

Maka berdasarkan penjelasan diatas nilai adil dalam al-Qur'an dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Persamaan Kompensasi

Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan 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.

b. Persamaan Hukum

Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama di muka hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang di muka hukukum atas dasar apa pun 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.

c. Moderat

Moderat dimaknai sebagai posisi tengah-tengah atau penyeimbang. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan

dirinya dalam posisi ditengah. Hal ini memberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

d. Proporsional

Adil tidak selalu diartikan kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atas proporsional, hak dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengetahuan, tanggungjawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

B. Penetapan Harga Menurut Hukum Positif

Pengaturan dan penetapan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi di Indonesia dilandasi oleh Pasal 72 Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2009 tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak dan Gas Bumi. Sebelum sampai kepada peraturan tersebut telah banyak peraturan perundang-undangan yang dilahirkan yang membahas terkait persoalan ini. Sejarah mencatat cikal bakal lahirnya peraturan perundang-undangan tentang minyak dan gas bumi telah ada sejak era orde lama hingga sampai era reformasi seperti sekarang ini. Pemerintah Republik Indonesia melalui lembaga yang berwenang telah banyak melahirkan regulasi terkait Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi yang merupakan

aset penting dalam perekonomian Indonesia. Pertama kali di Indonesia yang mengatur mengenai Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi yakni dengan lahirnya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPPU) No 44 Tahun 1960 tentang Pertambangan Minyak Dan Gas Bumi (Lembaran Negara Tahun 1960 Nomor 133, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2070) tanggal 26 Oktober 1960 lalu Undang-Undang No 15 Tahun 1962 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1962 tentang Kewajiban Perusahaan Minyak Memenuhi Kebutuhan Dalam Negeri (Lembaran Negara Tahun 1962 Nomor 80, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2505) tanggal 2 Nopember 1962.

Pada tahun 1971, terbit Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1971 tentang Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Lembaran Negara Tahun 1971 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2971) berikut segala perubahannya, terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1974 (Lembaran Negara Tahun 1974 Nomor 3045). Hingga akhirnya pada tahun 2001 disahkannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 136, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4152) sebagai tonggak baru reformasi minyak dan gas

yang kemudian mencabut seluruh Peraturan Peraturan-Undangannya di atasnya sehingga dinyatakan tidak berlaku lagi³⁷.

Mengenai sistem pengaturan dan penetapan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan gas bumi diatur dalam Pasal 28 ayat (2) dan (3), ayat (2) menyatakan bahwa: “Harga Bahan Bakar Minyak dan harga Gas Bumi diserahkan pada mekanisme persaingan usaha yang sehat dan wajar” dan ayat (3) menyatakan “Pelaksanaan kebijaksanaan harga sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) tidak mengurangi tanggung jawab sosial Pemerintah terhadap golongan masyarakat tertentu”. Dalam perkembangannya, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi digugat ke Mahkamah Konstitusi (MK) pada saat itu, karena dianggap bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Hal ini dikarenakan ada sebagian warga negara atau pihak-pihak yang merasa dirugikan mengajukan hak konstitusionalnya untuk mengajukan pengujian Undang-Undang³⁸. Sebagai lembaga yang berwenang untuk melakukan judicial review Undang-Undang terhadap Undang-Undang Dasar 1945 atau yang juga

³⁷ Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.

³⁸ Jimly Asshidiqie, *Konstitusi Ekonomi*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2010), Kata Pengantar.

dikenal dengan constitutional review, maka Mahkamah Konstitusi (MK) tidak bisa menolak gugatan penggugat³⁹ .

Salah satu poin gugatan pemohon ialah menggugat Pasal 28 Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi yang mengatur tentang mekanisme harga yang diserahkan kepada mekanisme pasar yang sehat dan wajar. Pasal ini tidak sejalan semangat Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945) disebabkan implikasi Pasal ini bahwa kegiatan perdagangan Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi yang semula dimaksudkan untuk memenuhi hajat hidup orang banyak sesuai amanat Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945) diliberalisasi dengan mekanisme persaingan usaha dengan pemain yang tidak hanya swasta nasional tetapi juga pengusaha asing multinasional⁴⁰ . Menurut Jimly Asshiddiqie, sebagai konstitusi ekonomi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD) 1945 harus dipahami sebagai kebijakan ekonomi tertinggi yang harus dijadikan acuan dan rujukan dalam mengembangkan setiap kebijakan ekonomi nasional. Namun semenjak kemerdekaan dideklarasikan, hingga kini Indonesia masih mencatat tentang

³⁹ Imam Soebechi, Hak Uji Materiil, (Jakarta:Sinar Grafika, 2016), hlm 121.

⁴⁰ Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.

ketidakmampuan memanfaatkan seluruh potensi untuk menjadi negara maju dan berdaulat secara ekonomi⁴¹ .

Hingga akhirnya dalam putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Nomor Perkara 002/PUU-1/2003 menyatakan mencabut keberlakuan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi⁴². Agar tidak terjadi kekosongan hukum, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2004 yang menyerahkan sistem pengaturan dan penetapan harga diserahkan kepada mekanisme persaingan usaha yang wajar, sehat, dan transparan. Hal yang hampir serupa dengan peraturan terdahulu dan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat sehingga diperlukan perubahan atasnya. Hingga akhirnya lahir Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi, dengan pertimbangan bahwa mengingat ketentuan Pasal 28 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 berdasarkan keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) Nomor Perkara 002/PUU-1/2003 tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat. Pasal 72 Peraturan

⁴¹ Jimly Asshidiqqie, *Konstitusi Ekonomi*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2010), Kata Pengantar.

⁴² Eka Sastra, *Kesenjangan Ekonomi*, (Jakarta: Expose Mizan Publika, 2017), hlm 142.

Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi yang menyatakan bahwa: “Harga Bahan Bakar Minyak Dan Gas Bumi Diatur dan/atau Ditetapkan Oleh Pemerintah”⁴³ .

Kegiatan usaha hilir minyak dalam peraturan ini merupakan segala kegiatan usaha yang berfokus pada aspek pendistribusian dan penjualan produksi minyak dan gas bumi ⁴⁴ . Perbedaan yang timbul dari kedua Peraturan Pemerintah ini ialah dikatakan bahwa dalam Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2004 mengenai pengaturan dan penetapan harga pemerintah tidak memiliki kewenangan untuk mengatur dan menetapkan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi sedangkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2009 pemerintah memiliki kewenangan mutlak dalam mengatur sistem harga dan penguasaan penuh terhadap hasil kekayaan Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi yang dipergunakan untuk kemakmuran rakyat.

⁴³ Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.

⁴⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4996).

BAB III

PRAKTEK PENETAPAN HARGA JUAL SOLAR NON SUBSIDI DI PT X SEMARANG

A. Gambaran Perusahaan

1. Profil Perusahaan

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. X, yang bergerak dalam bidang distribusi dan penjualan bahan bakar minyak (BBM) non-subsidi, khususnya Bio Solar Industri, HSFO, LSFO dan Bahan Bakar Minyak Industri. Sejak beroperasi beberapa tahun lalu, PT. X telah menjadi salah satu penyedia solar non-subsidi terkemuka di Indonesia, melayani berbagai sektor industri dan komersial.

2. Visi dan Misi

Visi: Menjadi perusahaan energi yang terpercaya dan terdepan dalam penyediaan solar non-subsidi berkualitas tinggi di Indonesia, serta mendukung pertumbuhan industri dan sektor komersial.

Misi: Menyediakan solar non-subsidi yang memenuhi standar mutu nasional dan internasional dan memperluas jaringan distribusi ke seluruh wilayah

Indonesia serta memberikan layanan yang profesional dan tepat waktu kepada pelanggan serta bisa berkontribusi dalam pengelolaan energi yang lebih berkelanjutan.

3. Produk Utama

PT. X fokus pada penjualan solar non-subsidi dengan produk utama sebagai berikut:

- a. Solar Industri (HSD - High Speed Diesel)
Solar industri yang diproduksi sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) digunakan untuk berbagai sektor seperti manufaktur, pertambangan, dan transportasi. Solar ini dikenal sebagai High Speed Diesel (HSD) yang memiliki spesifikasi berbeda dari solar untuk kendaraan biasa, terutama karena dibutuhkan oleh mesin dengan performa tinggi dan beban kerja berat.
- b. Solar Non-Subsidi untuk Kendaraan Komersial
Solar yang dipasarkan untuk kendaraan komersial seperti truk logistik, alat berat, dan kendaraan operasional industri lainnya.
- c. BBM Non-Subsidi untuk Kelompok Usaha
Menyediakan bahan bakar solar dalam jumlah besar untuk perusahaan besar, khususnya di sektor perkebunan, perikanan, dan maritim.

d. Bio Solar Industri

Solar jenis bahan bakar diesel yang digunakan dalam sektor industri dan komersial, seperti manufaktur, transportasi, pertambangan, dan kelautan. Bio Solar ini terdiri dari campuran minyak solar dengan biodiesel yang biasanya berasal dari bahan baku terbarukan seperti minyak kelapa sawit (CPO).

e. HSFO (High Sulfur Fuel Oil)

Bahan bakar minyak dengan kadar sulfur tinggi yang digunakan terutama dalam sektor maritim dan industri pembangkit listrik. HSFO biasanya memiliki kandungan sulfur lebih dari 3,5%, yang membuatnya lebih murah dibandingkan bahan bakar dengan kadar sulfur rendah.

f. LSFO (Low Sulfur Fuel Oil)

Bahan bakar minyak dengan kandungan sulfur yang lebih rendah dibandingkan dengan High Sulfur Fuel Oil (HSFO). LSFO biasanya mengandung maksimal 1% sulfur atau lebih rendah, tergantung pada peraturan yang berlaku. Bahan bakar ini digunakan terutama di industri maritim untuk mematuhi peraturan internasional

yang membatasi emisi sulfur guna mengurangi polusi udara.

4. Layanan Utama

a. Distribusi Solar Non-Subsidi

PT. X memiliki jaringan distribusi yang luas dan dapat menjangkau wilayah yang membutuhkan BBM non-subsidi dalam jumlah besar, terutama di sektor industri.

b. Konsultasi Energi

Perusahaan juga menyediakan layanan konsultasi untuk membantu pelanggan dalam perencanaan penggunaan energi yang lebih efisien dan ekonomis.

c. Transparansi

PT. X sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Sebagai perusahaan yang beroperasi di sektor energi, di mana pengelolaan sumber daya yang terbatas memiliki dampak besar terhadap lingkungan dan ekonomi, transparansi berperan besar dalam menciptakan reputasi yang baik serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi.

d. Kualitas

PT. X mengutamakan kualitas dalam setiap aspek layanan, memberikan Bahan Bakar Minyak Industri (non subsidi) berkualitas yang memenuhi standar tertinggi.

e. Waktu

PT. X menghargai nilai waktu pelanggan, berkomitmen untuk memberikan layanan penyedia Bahan Bakar Minyak Industri (non subsidi) tepat waktu dan efisien.

5. Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang profesional dengan beberapa divisi penting yang menunjang kelancaran operasional perusahaan. Divisi-divisi tersebut meliputi:

- a. Divisi Operasional :Mengelola distribusi dan pengelolaan stok solar non-subsidi.
- b. Divisi Keuangan :Mengawasi arus kas, anggaran, dan perhitungan biaya termasuk penentuan harga.
- c. Divisi Pemasaran :Bertanggung jawab atas pemasaran produk dan pengembangan jaringan pelanggan.

- d. Divisi Layanan :Menangani komunikasi dengan pelanggan dan memastikan layanan yang diberikan sesuai standar.

6. Pelanggan Utama

Pelanggan PT. X sebagian besar berasal dari sektor-sektor berikut:

- a. Perusahaan Manufaktur
- b. Perusahaan Logistik dan Transportasi
- c. Sektor Pertambangan dan Energi
- d. Perkebunan dan Kehutanan
- e. Transportasi Laut

7. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PT. X berkomitmen untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Meskipun fokus utama perusahaan adalah pada solar non-subsidi, perusahaan juga berupaya untuk mulai mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan. Program yang dijalankan oleh perusahaan meliputi:

- a. Pengurangan emisi melalui program efisiensi energi.

- b. Dukungan terhadap masyarakat lokal di area distribusi.
- c. Pelatihan bagi mitra kerja untuk menggunakan energi dengan lebih efisien.

B. Mekanisme Transaksi Antara PT X Dengan Para Konsumen

1. Proses Tawar Menawar

PT X merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan Bahan Bakar Minyak (BBM) Industri untuk memenuhi kebutuhan energi perusahaan industri swasta, kapal-kapal baik besar maupun kecil, serta proyek-proyek lain yang memerlukan pasokan solar dalam jumlah besar sebagai sumber energi utama. Untuk memastikan ketersediaan dan kualitas solar, PT X memiliki dua sumber utama yaitu solar dari Pertamina yang mana produk solar yang diakui dengan kualitas tinggi dan banyak digunakan di Indonesia dan solar dari PT Intim Putra Perkasa sebagai alternatif pemasok solar yang memiliki kapasitas besar dan kualitas yang sesuai dengan standar kebutuhan industry.

Sistem penjualan dimulai dengan penawaran kepada calon konsumen, seperti perusahaan industri, pemilik kapal, dan proyek-proyek yang membutuhkan solar. Tim

marketing PT X akan menghubungi atau mendatangi calon konsumen untuk memberikan informasi lengkap mengenai jenis solar, keunggulan, dan spesifikasi produk yang ditawarkan. Setelah calon konsumen menunjukkan minat, dilakukan negosiasi untuk menentukan rincian seperti harga, volume solar yang akan dibeli, jenis solar, dan jadwal pengiriman. Proses negosiasi ini kemudian dilanjutkan dengan penyusunan kontrak atau perjanjian jual beli, yang mencakup semua ketentuan terkait transaksi, seperti harga solar, jumlah solar yang dibutuhkan, jenis solar dan waktu pengiriman.

PT X berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas, memastikan ketepatan waktu pengiriman, dan menjaga transparansi dalam proses jual beli solar. Setiap transaksi dilindungi oleh kontrak yang menjamin hak dan kewajiban kedua pihak, sehingga menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen. Dengan sistem ini, PT X bertujuan untuk memberikan solusi bahan bakar industri yang profesional, aman, dan transparan bagi seluruh konsumennya.

2. Penetapan Harga Solar

Penetapan harga di PT. X dilakukan dengan pendekatan cost-plus pricing, yaitu metode penetapan harga jual berdasarkan penambahan mark-up terhadap

harga pokok produksi. Dalam konteks ini, penambahan mark-up meliputi biaya bahan baku, biaya operasional, distribusi, serta biaya tenaga kerja.

PT. X mengkalkulasi biaya produksi berdasarkan seluruh biaya variabel dan tetap yang terkait dengan pembelian, pengolahan, serta distribusi solar. Setiap komponen biaya seperti transportasi, pajak, serta biaya penyimpanan diperhitungkan secara rinci. Setelah harga pokok produksi ditentukan, perusahaan menambahkan mark-up yang sesuai dengan kebijakan perusahaan dan kondisi pasar. Mark-up ini mencakup margin keuntungan yang ingin dicapai perusahaan dan juga mempertimbangkan dinamika pasar, seperti harga minyak mentah dunia, regulasi pemerintah, serta persaingan harga di industri BBM.

Dengan menggunakan metode cost-plus pricing, perusahaan menghitung total biaya yang di keluarkan untuk memproduksi atau memperoleh barang, lalu menambahkan Mark up untuk mencapai harga jual yang diinginkan. Rumus dasar penentuan harga menggunakan metode cost-plus adalah :

HARGA JUAL

=

HARGA POKOK + (MARK UP PERUSAHAAN) +
PRESENTASE MARK UP SELSES

Jika PT X mendapatkan solar dengan harga Rp 11.000 maka harga jual solar dengan penetapan Mark Up perusahaan Rp.1000 di tambah harga pendapatan solar dan kemudian di tambah dengan Mark Up seles perusahaan, maka harga jual per liter adalah :

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 11.000 + \text{Rp } 1000 + \text{Rp } 500$$

(Penambahan sales) = Rp 12.500 /Liter

Dengan sistem ini PT X dapat menentukan harga jual yang menguntungkan dan tetap kompetitif di pasar. Dalam konteks bisnis, penetapan harga dengan mempertahankan keuntungan tertentu merupakan praktik umum yang di lakukan perusahaan untuk menjaga profitabilitas. Namun, ketika cara penetapan harga tersebut melibatkan penurunan kualitas tanpa transparansi kepada konsumen hal ini menimbulkan masalah etika.

Dalam kasus PT X, perusahaan mematok keuntungan sebesar Rp 1.000 per liter. Namun, apabila pesanan tidak mencapai target minimum pembelian, PT X beralih ke sumber solar dengan kualitas di bawah standar guna mempertahankan target keuntungan tersebut. Praktik ini secara etis dan agama menimbulkan pertanyaan karena

melibatkan mark-up atau penambahan harga yang tidak sepadan dengan kualitas yang diterima konsumen.

Dalam hukum Islam, kejujuran dalam perdagangan sangat ditekankan. Prinsip utama dalam bisnis Islam adalah kejujuran (*ash-shidq*), transparansi, dan keadilan. Islam melarang praktik-praktik yang mengarah pada *tadlis* (penipuan) atau *gharar* (ketidakjelasan), yang berarti bahwa setiap transaksi harus jelas dan jujur mengenai kualitas, kuantitas, serta harga barang yang diperjualbelikan.

PT X memiliki kebijakan khusus terkait pembagian pajak yang dikenakan kepada tim sales dalam setiap transaksi penjualan solar. Kebijakan ini diterapkan sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk membagi tanggung jawab fiskal dan memastikan bahwa pembayaran pajak berjalan lancar. Aturan tersebut berlaku khususnya ketika tim sales mendapatkan keuntungan lebih dari Rp 500 per liter di atas harga pokok. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai kebijakan tersebut:

1. Keuntungan Minimum Bebas Pajak

Jika tim sales menetapkan margin keuntungan di bawah atau sama dengan Rp 500 per liter dari harga pokok, maka seluruh beban pajak akan sepenuhnya ditanggung

oleh perusahaan. Dalam hal ini, tim sales tidak dikenakan beban pajak tambahan.

2. Beban Pajak untuk Keuntungan Lebih dari Rp 500.
Apabila margin keuntungan yang ditetapkan oleh tim sales melebihi Rp 500 per liter, maka tim sales akan dikenakan tanggung jawab untuk membayar setengah dari pajak yang terkait dengan keuntungan tersebut. Artinya, dari total pajak yang harus dibayarkan atas keuntungan penjualan solar, perusahaan akan menanggung separuhnya, sementara tim sales menanggung setengah sisanya. Hal ini membantu perusahaan dalam pengelolaan biaya pajak, sekaligus membagi tanggung jawab fiskal dengan sales yang memperoleh margin keuntungan lebih tinggi.

3. Perhitungan Beban Pajak:

Misalkan tim sales menetapkan margin keuntungan sebesar Rp 800 per liter pada transaksi tertentu. Jika pajak yang harus dibayarkan adalah 10% dari margin keuntungan, maka perhitungannya adalah total Pajak yang Dikenakan: $10\% \text{ dari Rp } 800 = \text{Rp } 80 \text{ per liter}$, Pembagian beban pajak: Rp 80 dibagi dua, sehingga perusahaan menanggung Rp 40 per liter tim sales menanggung: Rp 40 per liter. Dengan demikian, sales yang memperoleh keuntungan lebih besar di atas Rp

500 per liter akan ikut membantu menanggung pajak atas margin yang mereka tetapkan.

Dengan membebankan sebagian pajak kepada sales yang mendapat keuntungan lebih besar, PT X dapat membagi tanggung jawab fiskal secara lebih merata, sehingga perusahaan tidak sepenuhnya terbebani oleh pajak yang tinggi saat keuntungan dari sales meningkat. Kebijakan ini juga berfungsi sebagai insentif bagi tim sales untuk mempertimbangkan margin keuntungan yang mereka tetapkan, sehingga mereka tetap termotivasi untuk mendapatkan keuntungan yang wajar tanpa membebani konsumen dengan harga yang terlalu tinggi.

Dengan adanya pembagian pajak ini, perusahaan dapat mengelola keuangan dengan lebih efektif dan mengalokasikan sebagian biaya pajak yang semula harus ditanggung sepenuhnya oleh perusahaan kepada tim sales yang memperoleh keuntungan lebih besar. Kebijakan ini menciptakan keseimbangan antara keuntungan individu sales dan beban fiskal perusahaan, sehingga memberikan tim sales kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih tinggi, tetapi juga disertai dengan tanggung jawab tambahan jika mereka memilih untuk menetapkan margin keuntungan lebih tinggi.

3. Pemasanan

Proses pemesanan solar di PT X melalui beberapa tahap yang diatur secara sistematis oleh tim Marketing perusahaan dimulai dengan pendekatan awal oleh Tim Marketing. Tim Marketing PT X bertanggung jawab untuk mencari dan mendatangi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan pasokan solar. Tim Marketing akan mengidentifikasi perusahaan yang potensial dan tertarik untuk menjalin kerjasama dalam pembelian solar. Setelah menemukan perusahaan target, tim Marketing mengatur pertemuan untuk mempresentasikan layanan dan sistem jual beli solar di PT X. Dalam pertemuan, tim Marketing menjelaskan secara rinci tentang proses jual beli solar, dari pemesanan hingga pengiriman. Tim juga memberikan informasi mengenai jenis solar yang ditawarkan, harga per liter atau per ton, skema pembayaran (misalnya pembayaran penuh di awal atau sistem termin), serta layanan purna jual. Jika perusahaan calon konsumen memiliki pertanyaan atau membutuhkan penyesuaian tertentu, tim Marketing akan menanggapi dan menyesuaikan penawaran sesuai kebutuhan.

Setelah perusahaan tertarik dan telah menyetujui sistem serta harga yang ditawarkan, akan terjadi kesepakatan pembelian. Tim Marketing kemudian menyusun kontrak pembelian yang memuat semua syarat

dan ketentuan, termasuk jumlah solar yang dipesan, harga, waktu pengiriman, dan hal-hal lain yang telah disepakati sebelumnya. Kontrak ini bertujuan untuk memastikan bahwa kedua belah pihak memiliki pemahaman yang sama dan terikat dalam kesepakatan bisnis yang sah. Setelah kontrak disetujui oleh konsumen, dokumen kontrak ditandatangani oleh kedua belah pihak (PT X dan perusahaan konsumen) sebagai bentuk kesepakatan resmi.

Setelah kontrak pembelian disepakati, PT X akan mulai proses pengadaan solar. PT X memiliki kerjasama dengan perusahaan sumber solar (pemasok) yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemasok ini adalah perusahaan yang memiliki stok solar yang cukup dan siap untuk memenuhi permintaan yang ada. PT X menghubungi perusahaan sumber solar untuk melakukan pemesanan sesuai jumlah yang tertera di kontrak dengan konsumen. PT X akan memastikan solar yang dipesan sesuai spesifikasi yang diinginkan konsumen dan sesuai dengan ketentuan mutu yang disepakati.

4. Pembayaran

Dalam sistem pembayaran di PT X, proses pembayaran dilakukan setelah kontrak pembelian disetujui, namun sebelum barang (solar) dikirim ke

konsumen. Skema pembayaran yang ditawarkan memberikan fleksibilitas bagi konsumen, memungkinkan pembayaran dilakukan secara penuh atau sebagian, tergantung kesepakatan yang dicapai. Berikut penjabaran proses pembayaran secara detail:

a. Pembayaran Setelah Kontrak Disetujui

Setelah kontrak pembelian solar disepakati dan ditandatangani oleh kedua belah pihak (PT X dan perusahaan konsumen), konsumen wajib melakukan pembayaran sebagai komitmen untuk pembelian solar tersebut. Waktu pembayaran ditetapkan sebelum barang dikirim, dengan ketentuan yang terperinci dalam kontrak. Pembayaran yang dilakukan setelah penandatanganan kontrak ini memastikan bahwa PT X memiliki dana awal yang cukup untuk memulai pengadaan solar dari pemasok.

b. Skema Pembayaran: Sebagian atau Setengahnya

Konsumen dapat memilih untuk melakukan pembayaran secara penuh atau sebagian dari total nilai kontrak sesuai kesepakatan: Pembayaran Penuh: Konsumen membayar 100% dari nilai kontrak sebelum pengiriman barang dilakukan. Pembayaran penuh memberikan kepastian bagi PT X bahwa seluruh dana tersedia, sehingga

mempermudah proses pengadaan dan pengiriman solar tanpa penundaan. Pembayaran Sebagian: Konsumen membayar sebagian atau setengah dari nilai kontrak (misalnya 50%) sebelum barang dikirim, sementara sisanya dibayarkan setelah solar diterima oleh konsumen.

Pembayaran sebagian ini sering dipilih untuk memberikan fleksibilitas keuangan bagi konsumen. Ketentuan mengenai persentase pembayaran awal dan sisa pembayaran ditetapkan dalam kontrak, untuk memastikan transparansi dan kesepakatan yang jelas antara kedua pihak. Jika konsumen memilih opsi pembayaran sebagian, maka pembayaran dilakukan dalam dua tahap yaitu pembayaran pertama (Uang Muka) dibayarkan segera setelah kontrak disetujui, sebelum pengadaan solar dari pemasok dilakukan. Uang muka ini menjadi jaminan bahwa konsumen benar-benar berkomitmen dalam transaksi dan pelunasan Setelah Pengiriman yaitu sisa pembayaran dilakukan setelah solar dikirim dan diterima oleh konsumen. Biasanya ada ketentuan batas waktu tertentu untuk pelunasan (misalnya, 7 atau 14 hari setelah pengiriman), yang tercantum dalam kontrak.

Secara keseluruhan, sistem pembayaran yang fleksibel ini dirancang untuk mendukung kebutuhan konsumen sekaligus memberikan jaminan operasional bagi PT X. Kontrak menjadi acuan utama yang memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu, baik secara penuh maupun bertahap, sehingga seluruh proses pemesanan dan pengiriman dapat berjalan dengan lancar dan sesuai rencana.

8. Pengiriman

Bagian ini mengatur ketentuan tentang pengiriman solar setelah pembayaran dilakukan. Solar akan dikirimkan maksimal dalam waktu 7 hari setelah pembayaran diterima dan dikonfirmasi. Artinya, pengiriman bisa dilakukan kapan saja dalam rentang waktu ini, waktu pengiriman bisa dipengaruhi oleh ketersediaan armada atau kendaraan pengiriman. Jika ada kendala dalam armada, pengiriman mungkin mendekati batas waktu maksimal 7 hari. Ketentuan ini memberi fleksibilitas bagi pihak pengirim untuk menyesuaikan jadwal pengiriman sesuai dengan kondisi operasional yang ada, tanpa melebihi batas waktu yang ditetapkan.

Pihak pengirim akan memberikan konfirmasi kepada perusahaan konsumen mengenai jadwal pengiriman yang direncanakan. Jika terjadi perubahan atau keterlambatan,

perusahaan konsumen akan diberitahukan secepat mungkin. Setelah pengiriman dijadwalkan, pelanggan akan diberikan perkiraan waktu tiba (ETA) yang lebih spesifik sesuai dengan lokasi tujuan dan kondisi lalu lintas. Jika ada kondisi khusus yang membuat pengiriman harus dilakukan lebih cepat dari ketentuan maksimal 7 hari (misalnya permintaan mendesak dari pelanggan), biaya tambahan mungkin dikenakan, dan hal ini akan dikomunikasikan terlebih dahulu kepada perusahaan konsumen.

BAB IV

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL SOLAR NON SUBSIDI DI PT X SEMARANG

A. Analisis Hukum Positif Terhadap Praktek Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penetapan berarti proses, cara, perbuatan menetapkan, atau penentuan. Sedangkan harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang, atau bisa juga diartikan sebagai jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Berarti penetapan harga adalah perbuatan menetapkan atau menentukan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada para penjual/pelaku usaha dalam proses transaksi. Dalam bisnis, salah satu tujuan utama perusahaan adalah mencapai profit atau keuntungan yang diinginkan. Profit ini penting untuk keberlanjutan perusahaan, mendukung operasional, serta memberikan imbal hasil kepada pemilik atau pemegang saham. Ada

berbagai cara yang dilakukan perusahaan untuk mencapai target profit, salah satunya adalah dengan mark-up harga.

Hukum positif (Indonesia) sebagai kumpulan asas dan kaidah hukum tertulis dan tidak tertulis yang pada saat ini sedang berlaku dan mengikat secara umum atau khusus dan ditegakkan oleh atau melalui pemerintah atau pengadilan dalam negara Indonesia.

Mengenai rasionalitas pelarangan penetapan harga, bahwa penetapan harga merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap hukum persaingan karena perilaku kesepakatan penetapan harga akan secara langsung menghilangkan persaingan yang seharusnya terjadi diantara perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Dalam kondisi persaingan, harga akan terdorong turun mendekati biaya produksi dan jumlah produksi di pasar juga akan meningkat. Namun dengan adanya perjanjian penetapan harga, efisiensi pasar tidak akan tercapai dan harga barang mengalami kenaikan dari harga asli. Perjanjian penetapan usaha menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat termasuk dalam kegiatan yang dilarang dengan pendekatan per se illegal. Pendekatan per se illegal menyatakan setiap perjanjian atau kegiatan usaha tertentu sebagai ilegal, tanpa

pembuktian lebih lanjut atas dampak yang ditimbulkan dari perjanjian atau kegiatan usaha tersebut. Kegiatan yang dianggap sebagai per se illegal biasanya meliputi penetapan harga secara kolusif atas produk tertentu, serta pengaturan harga penjualan kembali

Mengenai aturan pelarangan penetapan harga, Dalam ayat 1 pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999, dinyatakan dalam Peraturan KPPU No.4/2011 bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian penetapan harga atas suatu barang dan atau jasa. Penetapan harga yang dimaksud di sini tidak hanya penetapan harga akhir, melainkan juga perjanjian atas struktur atau skema harga. Karena di dalam ayat tersebut, penetapan harga tidak berarti penetapan harga yang sama. Misalkan ketika perusahaan- perusahaan yang berkolusi memiliki produksi dengan berbagai kelas yang berbeda, maka kesepakatan harga dapat berupa kesepakatan atas margin (selisih antara harga dengan biaya produksi). Akibatnya harga yang ada di pasar bisa berbeda-beda untuk perusahaan dengan kelas produksi yang berbeda, namun

margin yang diperoleh perusahaan-perusahaan di pasar akan sama.

Dalam ayat (2) pasal 5 UU No.5 Tahun 1999 menyatakan bahwa perjanjian penetapan harga seperti yang tercantum dalam ayat (1), tidak melanggar UU No.5 Tahun 1999 apabila perjanjian penetapan harga tersebut dilakukan dalam suatu usaha patungan dan perjanjian yang didasarkan atas undang-undang yang berlaku. Kutipan UU ayat 2 pasal 5 UU No.5 Tahun 1999 adalah sebagai berikut: (2) “ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:

- a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan atau;
- b. suatu perjanjian yang didasarkan undang- undang yang berlaku”

Pada ayat tersebut mengecualikan larangan perjanjian penetapan harga atas suatu usaha patungan atau suatu perjanjian yang didasarkan pada undang-undang yang berlaku.

Mengenai sistem pengaturan dan penetapan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan gas bumi dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan gas bumi diatur dalam Pasal 28 ayat (2) dan (3), ayat (2) menyatakan bahwa: “Harga Bahan Bakar Minyak dan

harga Gas Bumi diserahkan pada mekanisme persaingan usaha yang sehat dan wajar” dan ayat (3) menyatakan “Pelaksanaan kebijaksanaan harga sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) tidak mengurangi tanggung jawab sosial Pemerintah terhadap golongan masyarakat tertentu”. Dalam perkembangannya, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi digugat ke Mahkamah Konstitusi (MK) pada saat itu, karena dianggap bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Hal ini dikarenakan ada sebagian warga negara atau pihak-pihak yang merasa dirugikan mengajukan hak konstitusionalnya untuk mengajukan pengujian Undang-Undang.

PT X dalam menetapkan harga jual solar mematok keuntungan sebesar Rp 1.000 per liter. Namun, apabila pesanan tidak mencapai target minimum pembelian, PT X beralih ke sumber solar dengan kualitas di bawah standar guna mempertahankan target keuntungan tersebut. Praktik ini secara etis dan agama menimbulkan pertanyaan karena melibatkan mark-up atau penambahan harga yang tidak sepadan dengan kualitas yang diterima konsumen.

Penetapan harga di PT. X dilakukan dengan pendekatan cost-plus pricing, yaitu metode penetapan harga jual berdasarkan penambahan mark-up terhadap harga pokok produksi. Dalam konteks ini, penambahan mark-up meliputi biaya bahan baku, biaya operasional, distribusi, serta biaya tenaga kerja. Dengan menggunakan metode cost-plus pricing, perusahaan menghitung total biaya yang di keluarkan untuk memproduksi atau memperoleh barang, lalu menambahkan Mark up untuk mencapai harga jual yang diinginkan.

PT X memiliki kebijakan khusus terkait pembagian pajak yang dikenakan kepada tim sales dalam setiap transaksi penjualan solar. Kebijakan ini diterapkan sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk membagi tanggung jawab fiskal dan memastikan bahwa pembayaran pajak berjalan lancar. Aturan tersebut berlaku khususnya ketika tim sales mendapatkan keuntungan lebih dari Rp 500 per liter di atas harga pokok. Dengan membebaskan sebagian pajak kepada sales yang mendapat keuntungan lebih besar, PT X dapat membagi tanggung jawab fiskal secara lebih merata, sehingga perusahaan tidak sepenuhnya terbebani oleh pajak yang tinggi saat keuntungan dari sales meningkat. Kebijakan ini juga berfungsi sebagai insentif bagi tim

sales untuk mempertimbangkan margin keuntungan yang mereka tetapkan, sehingga mereka tetap termotivasi untuk mendapatkan keuntungan yang wajar tanpa membebani konsumen dengan harga yang terlalu tinggi.

Dengan adanya pembagian pajak ini, perusahaan dapat mengelola keuangan dengan lebih efektif dan mengalokasikan sebagian biaya pajak yang semula harus ditanggung sepenuhnya oleh perusahaan kepada tim sales yang memperoleh keuntungan lebih besar. Kebijakan ini menciptakan keseimbangan antara keuntungan individu sales dan beban fiskal perusahaan, sehingga memberikan tim sales kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih tinggi, tetapi juga disertai dengan tanggung jawab tambahan jika mereka memilih untuk menetapkan margin keuntungan lebih tinggi.

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Penetapan Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang

Mark-up harga dalam bisnis merupakan salah satu cara untuk memperoleh keuntungan. Namun, dalam perspektif hukum Islam, cara ini harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang menjaga keadilan, kejujuran, dan keseimbangan dalam jual beli. Hukum Islam

mengatur bahwa mark-up harga harus dilakukan secara transparan dan tidak merugikan konsumen dengan cara apa pun, termasuk melalui penurunan kualitas barang. Berikut adalah prinsip-prinsip praktik mark up harga yang sesuai dengan syariat Islam:

1. Prinsip Keadilan (Al-Adl)

Mekanisme Mark Up harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik antara konsumen dan produsen baik dari pasar output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi).⁴⁵ Adapun harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu. Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal,⁴⁶ yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh supply dan demand, tidak ada unsur spekulasi. Harga yang adil menurut Ibn Taymiyyah adalah Nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan

6. ⁴⁵ Adi Kuswanto, Pengantar Ekonomi, (Depok: Gunadarma, 1993), h.

⁴⁶ Ibn Taymiyyah, Majmû' Fatâwâ, Vol. XXIX, h. 522.

diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.⁴⁷

Dalam al-Hisbah, Ibn Taymiyyah lebih memperjelas apa yang dimaksud dengan Tsaman al-Mitsl, yaitu Apabila orang-orang memperjualbelikan barang dagangannya dengan cara cara yang biasa dilakukan, tanpa ada pihak yang dizalimi kemudian harga mengalami kenaikan karena berkurangnya persediaan barang ataupun karena bertambahnya jumlah penduduk (permintaan), maka itu semata mata karena Allah Swt.. Dalam hal demikian, memaksa para pedagang untuk menjual barang dagangannya pada harga tertentu merupakan tindakan pemaksaan yang tidak dapat dibenarkan.⁴⁸

Ada dua hal yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibn Taymiyyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil ('iwad al-mitsl) dan harga yang setara/adil (tsaman al-mitsl). Dia berkata kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (nafs al-'adl)'.⁴⁷

⁴⁷ Ibn Taymiyyah, Majmû' Fatâwâ, Vol. XXIX, h. 345

⁴⁸ Ibn Taymiyyah, al-Hisbah fi al-Islâm, Cet. I, h. 16.

Kasus-kasus ini tidak merupakan kasus nilai tukar, tetapi sebagai kompensasi atau pelaksanaan sebuah kewajiban. Dalam mendefinisikan kompensasi yang setara, Ibn Taymiyyah berkata, 'Yang dimaksud dengan kesetaraan adalah kuantitas dari objek khusus dalam penggunaan secara umum ('urf) dan berkaitan dengan nilai dasar (rate/si'r) serta kebiasaan'. Lebih dari itu dia menambahkan bahwa evaluasi yang benar terhadap kompensasi yang adil didasarkan atas analogi dan taksiran dari barang tersebut dengan barang lain yang setara (ekuivalen). Inilah yang benar-benar adil dan benar-benar diterima dalam penggunaannya.

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Hukum permintaan menguraikan sifat hubungan antara permintaan barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Begitu juga sebaliknya,

hukum penawaran yang menjelaskan tentang hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual.⁴⁹

Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal-balik dan hubungan-hubungan lain di antara anggota masyarakat. Pada konsep harga yang adil pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan adanya keadilan. Keadilan bagi pihak pembeli, Ibn Taymiyyah menggunakan contoh apabila seseorang yang diperintahkan oleh agama untuk membeli barang-barang tertentu, seperti membeli peralatan untuk ibadah haji, pembeli harus membelinya namun dengan harga yang setara, tidak boleh membelinya hanya karena mahal harganya, karena penjual menjual barangnya dengan harga yang adil, dan dengan harga yang sudah umum atau sesuai dengan harga pasar. Oleh karena itu, pembeli harus dengan lapang dada membeli barang tersebut jika suatu barang mahal harganya (naik) disebabkan oleh pengaruh supply dan demand maka pihak pembeli tidak merasa dirugikan dan pemerintah pun tidak

⁴⁹ A. A. Islahi, *Konsepsi Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyyah*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997), h. 105.

boleh melakukan intervensi terhadap harga tersebut⁵⁰.

Sedangkan keadilan bagi pihak penjual adalah barang-barang itu dikenakan harga paksa sehingga kehilangan keuntungan normal di atasnya. Sebab, setiap orang memiliki wewenang atas hak miliknya, tidak boleh seorang pun mengambilnya, seluruh atau sebagian, tanpa persetujuan penuh darinya dan dia pun menyetujui. Dan memaksa seseorang untuk menjual apapun yang dia tidak memiliki kewajiban hukum untuk menjualnya atau melarang melakukan apa yang secara legal dia boleh melakukan adalah keadilan. Tetapi jika alasan yang memaksa seorang penjual dan bila tanpa paksaan dia tidak mau melaksanakan kewajibannya, dia bisa dipaksa untuk menjual barang-barangnya pada harga yang ekuivalen untuk melindungi kepentingan lain.⁵¹

Beberapa tindakan yang bersifat kezaliman (zhulm) di PT X dapat menyebabkan kondisi terjadinya distorsi baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Kondisi ini mengakibatkan harga berada

⁵⁰ M. Nejatullah Shiddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 40.

⁵¹ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: IIT-Indonesia, 2002), h. 152.

dalam kondisi ketidak-seimbangan yang mana terjadi karena ada faktor-faktor yang bertujuan untuk keinginan keuntungan perusahaan yang besar, bukan disebabkan oleh faktor yang bersifat alamiah yang tidak dapat dihindari oleh manusia, seperti: cuaca, bencana alam, dan lainnya. Beberapa tindakan bukan alamiah tetapi karena tindakan keinginan PT X untuk mendapatkan keuntungan yang besar yang menjadi pemicu terjadinya distorsi .

2. Prinsip Kejujuran Dalam Kualitas Produk

Kejujuran adalah kalimat singkat tetapi mengandung konsekuensi yang tinggi dengan konsekuensi yang besar. Mendidik manusia supaya berperilaku jujur merupakan esensi pendidikan, sedangkan esensi pendidikan kejujuran adalah keteladanan yang baik dan benar. Orang yang tidak jujur sejatinya merugi. Jika tidak jujur tidak diketahui, dia akan mendapatkan dosa. Dan ketika ketidakjujurannya diketahui orang lain maka dia tidak akan dipercaya lagi. Implikasinya, hubungan dirinya dengan sesama menjadi kurang baik karena sudah dicap sebagai orang yang tidak jujur. Orang lain tidak akan bersimpati dan menjauhi, bahkan memusuhinya. Orang yang jujur, secara psikologis

hatinya akan selalu merasa tenteram, damai, dan bahagia. Adapun orang yang biasa berdusta, hidupnya menjadi tidak tenang, dikejar-kejar oleh pemberontakan hati kecilnya yang selalu menyuarakan kebenaran. Dia selalu merasa khawatir ketidakjujurannya itu terbongka.

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi moral yang tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai bisnis itu sendiri. Masalahnya adalah tidak ada hukum yang tegas terhadap pelanggaran etika tersebut, karena nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendala intern dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan ekstern. Akan tetapi bagi orang-orang pebisnis yang dilandasi dengan nilai-nilai keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata sekarang apalagi dalam kehidupan nanti di akhirat⁵².

⁵² Etika Bisnis Perspektif Islam, Aris Baidowi, Jurnal Hukum Islam
Volum 9, Nomor 2, Desember 2011

Dalam pandangan Islam, perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Pada prinsipnya perdagangan merupakan suatu bentuk usaha yang dibolehkan menurut ajaran Islam. Meskipun demikian, sektor ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Dalam Islam, kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah. Dengan demikian, selain mendapatkan keuntungan-keuntungan materiil guna memenuhi kebutuhan ekonomi, seseorang tersebut sekaligus dapat mendekati diri kepada Allah SWT. Perdagangan yang dilakukan atas dasar prinsip kejujuran, yaitu yang didasarkan pada sistem nilai yang bersumber dari agama Islam dan aspek spiritual yang senantiasa melekat pada praktek-praktek pelaksanaannya, maka usaha perdagangan yang terjadi akan mendatangkan keuntungan kepada

semua pihak yang terlibat. Akan tetapi perdagangan yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, di mana mengandung unsur penipuan (gharar), maka akan ada pihak yang dirugikan, dan praktek-praktek lain yang sejenis jelas merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam⁵³.

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan, baik secara vertikal maupun horizontal, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian perdagangan dalam Islam juga berdasar dari landasan hukum tersebut. Dalam melakukan transaksi perdagangan, Allah memerintahkan agar manusia melakukan dengan jujur dan adil. Tata tertib perniagaan ini dijelaskan oleh Allah seperti tercantum dalam QS Al-Syu'ara (26): 181-183 yang berbunyi :

53 Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol.4/
No.1: 94-102, Januari 2018

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا
 بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
 وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣) وَأَتَّفُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ
 وَالْجِبِلَّةَ الْأُولِينَ

Artinya : “*sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan (181). dan timbanglah dengan timbangan yang lurus (182). dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan (183).*”

Al-Qur’an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Jika penipuan dan tipu daya dikutuk dan dilarang, maka kejujuran tidak hanya diperintahkan, tetapi dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan amanah-amanah yang diberikan. Orang yang jujur sudah pasti amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya. Ketidakjujuran merupakan bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang yang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada

orang lain, kapan pun dan di manapun kesempatan itu terbuka bagi dirinya. Al-Qur'an dengan tegas melarang ketidakjujuran itu⁵⁴.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa harta tidak akan bertambah karena tindak kecurangan, sebagaimanaharta tidak akan berkurang karena disedekahkan. Bagi orang yang tidak mengenal pertambahan dan pengurangan harta kecuali melalui ukuran material niscaya sulit menerima paham tentang keberkahan rizki. Sedangkan orang yang meyakini adanya keberkahan rizki niscaya akan dengan mudah meninggalkan tindak kecurangan karena bisa menghilangkan keberkahan rizkinya. Oleh karena itu, tidak sepatutnya seorang pedagang bersikap kurang peduli dengan kualitas barang yang diperdagangkannya. Hal ini tentu saja dapat dikiasikan kepada pedagang sendiri, bagaimana apabila ditipu oleh pedagang lain, tentu saja ia tidak mau menerimanya. Pemberitahuan cacat suatu barang, dengan demikian menjadi suatu keharusan

⁵⁴ Mujahidin, Akhmad. Ekonomi Islam. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

bagi pedagang untuk menjaga kepercayaan pembeli demi kelangsungan usaha mereka sendiri.⁵⁵

Dalam hal ini, ketika PT X menurunkan kualitas solar yang diberikan tanpa memberitahukan kepada konsumen, maka ini dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak jujur. Konsumen mengharapkan produk dengan kualitas standar, tetapi menerima produk di bawah standar, yang sebenarnya tidak sesuai dengan harga yang mereka bayarkan. Jika PT X menurunkan kualitas solar yang diberikan tanpa memberitahukan kepada konsumen, maka tindakan ini dapat dikategorikan sebagai perilaku yang tidak jujur. Dalam transaksi bisnis, konsumen memiliki ekspektasi terhadap kualitas produk yang sesuai dengan harga yang telah disepakati. Ketika kualitas barang yang diberikan tidak memenuhi standar tersebut, konsumen dirugikan, baik secara materi maupun kepercayaan. Praktik semacam ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan kejujuran dalam Islam.

Islam sangat menekankan pentingnya kejujuran dalam muamalah (interaksi sosial dan bisnis). Nabi Muhammad SAW bersabda:

⁵⁵ Etika Bisnis Perspektif Islam, Aris Baidowi, Jurnal Hukum Islam Volum 9, Nomor 2, Desember 2011

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّنَ، وَالصِّدِّيقِينَ،
وَالشُّهَدَاءِ

"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada di hari kiamat." (HR. Tirmidzi).

Menurunkan kualitas produk tanpa pengetahuan konsumen adalah bentuk manipulasi yang dapat menyebabkan hilangnya keberkahan dalam transaksi. Tindakan ini juga dapat menciptakan ketidakpuasan konsumen dan menurunkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang.⁵⁶

Selain itu, memberikan barang di bawah standar dengan harga premium termasuk bentuk gharar, yaitu ketidakjelasan dalam transaksi yang dilarang dalam Islam. Al-Qur'an secara tegas melarang tindakan zalim, seperti memperdaya orang lain dalam transaksi seperti fiman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁵⁶ Al-Mustashfa: Jurnal Pemikiran Islam (Vol. 7, No. 1, 2022)

"Janganlah kalian memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil." (QS. An-Nisa: 29).

Oleh karena itu, setiap penyimpangan dari standar yang telah disepakati harus diinformasikan secara transparan kepada konsumen, dan harga harus disesuaikan dengan kualitas produk yang diberikan.⁵⁷

Tindakan seperti ini juga berpotensi menimbulkan kerugian hukum, baik dari sudut pandang syariat maupun hukum positif. Secara hukum Islam, hal ini dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap amanah (kepercayaan) yang telah diberikan oleh konsumen. Secara hukum bisnis, praktik semacam ini bisa dianggap sebagai pelanggaran kontrak atau bahkan penipuan.

Menurut hukum Islam, PT X diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dijualnya. Jika ada penurunan kualitas, penjual harus transparan dan menjelaskan hal ini kepada pembeli, sehingga pembeli dapat memutuskan apakah akan tetap membeli dengan harga yang ditetapkan atau mencari alternatif lain.

⁵⁷ Jurnal Agama dan Pendidikan Islam dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Vol. 9, No. 1, 2017)

Ketidakjujuran dalam kualitas ini dilarang karena dianggap sebagai tadelis.

3. Prinsip Tranparansi

Prinsip dasar transparansi adalah bahwa perusahaan harus memberikan informasi yang penting dan relevan kepada pemangku kepentingan dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang mudah diakses dan dipahami. Selain itu, perusahaan harus secara sukarela mengungkapkan tidak hanya apa yang diwajibkan oleh hukum tetapi pula terkait dengan keputusan pemegang saham, kreditur, serta pemangku kepentingan lainnya. Prinsip keterbukaan berarti dalam petunjuk pelaksanaannya Perusahaan wajib menyediakan isu secara tepat waktu, cukup, kentara, seksama serta bisa diperbandingkan, dan simpel diakses sang pemangku kepentingan sesuai dengan haknya.⁵⁸

Prinsip transparansi dalam etika bisnis menurut Islam merupakan salah satu pilar penting dalam membangun hubungan yang adil dan terpercaya antara pelaku usaha dan konsumen. Islam sangat

⁵⁸ Jurnal Ekonomika Dan Bisnis(JEBS)Vol. 2 No. 3 November 2022 Hal. 911-915

menekankan pentingnya memberikan informasi yang benar kepada pihak yang terkait dalam transaksi. Hal ini termasuk memberikan penjelasan yang jelas tentang harga, kualitas, dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.. Sebagaimana disebutkan dalam hadis Nabi Muhammad SAW:

ابْنِ عَنِ نَافِعٍ عَنِ اللَّيْثِ حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ حَدَّثَنَا
صَلَّى اللهُ رَسُوْلٍ عَنِ عَنْهُمَا اللهُ رَضِيَ عُمَرَ
فَكُلُّ الرَّجُلَانِ تَبَايَعَا إِذَا قَالَ أَنَّهُ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللهُ
جَمِيعًا وَكَانَا يَتَفَرَّقَا لَمْ مَا بِالْخِيَارِ مِنْهُمَا وَاحِدٍ
فَقَدْ ذَلِكَ عَلَى فِتْبَايَعَا الْآخَرَ أَحَدُهُمَا يُخَيِّرُ أَوْ
وَلَمْ يَتَبَايَعَا أَنْ بَعْدَ تَفَرَّقَا وَإِنْ الْبَيْعُ وَجَبَ
الْبَيْعُ وَجَبَ فَقَدْ الْبَيْعُ مِنْهُمَا وَاحِدٌ يَنْزُكُ

"Penjual dan pembeli mempunyai hak untuk khiyar (memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi) selama mereka belum berpisah. Jika mereka jujur dan menjelaskan (kondisi barang dagangan), maka transaksi mereka akan diberkahi. Namun, jika mereka menyembunyikan dan berdusta, maka keberkahan transaksi akan dihapus." (HR. Bukhari dan Muslim).

Islam melarang segala bentuk ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi, yang dapat merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, penjual diwajibkan memberikan informasi secara transparan mengenai kondisi barang, termasuk jika ada cacat atau penurunan kualitas. Transparansi dalam penetapan harga juga merupakan bagian dari etika bisnis Islami. Harga harus mencerminkan kualitas barang yang ditawarkan tanpa ada unsur manipulasi atau eksploitasi. Hal ini sejalan dengan prinsip iqtisad (keseimbangan) dalam Al-Qur'an:

۞ وَ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ
 نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ ذَا
 قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْتُكُمْ بِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ
 تَذَكَّرُونَ

"Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."
(QS. Al-An'am: 152).

Konsumen memiliki hak untuk mengetahui kondisi barang atau jasa yang mereka beli, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang berdasarkan

informasi yang cukup. Transparansi tidak hanya membawa kepercayaan antara pelaku bisnis dan konsumen, tetapi juga mendatangkan keberkahan dalam bisnis. Ketika pelaku usaha mengedepankan kejujuran dan keterbukaan, hubungan usaha menjadi lebih langgeng, dan keberkahan dari Allah SWT dapat dirasakan.

Prinsip transparansi dalam etika bisnis menurut Islam sangat relevan jika diterapkan oleh PT X dalam operasional bisnisnya, terutama karena perusahaan ini bergerak dalam penyediaan solar non-subsidi untuk kebutuhan industri. PT X harus memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang kualitas solar yang ditawarkan, apakah berasal dari Pertamina atau PT Intim Putra Perkasa. Jika terdapat perbedaan kualitas antara sumber, perusahaan wajib menjelaskannya kepada konsumen agar tidak menimbulkan persepsi salah tentang produk yang diberikan.

Dalam kasus PT X, jika perusahaan menurunkan kualitas solar tanpa pemberitahuan kepada konsumen, hal ini termasuk gharar yang dilarang dalam Islam. Untuk menghindari hal ini, PT X harus memastikan semua aspek produk, seperti jenis solar

dan spesifikasinya, dijelaskan secara rinci dalam kontrak jual beli.

Penetapan harga solar yang melibatkan mark-up oleh pihak marketing harus dilakukan secara transparan. PT X sebaiknya menetapkan mekanisme yang adil dan memberikan rincian harga kepada konsumen, termasuk komponen biaya tambahan yang ditanggung. Dengan demikian, konsumen merasa dihargai dan tidak dirugikan. Sebagai perusahaan yang menyediakan kebutuhan vital untuk industri, PT X memiliki tanggung jawab besar untuk menjaga kepercayaan konsumennya. Tindakan seperti menurunkan kualitas solar tanpa pemberitahuan dapat merusak hubungan bisnis dan bertentangan dengan prinsip tanggung jawab dalam Islam.

Dengan menerapkan prinsip transparansi, PT X dapat menjadi contoh perusahaan yang menerapkan nilai-nilai Islami dalam praktik bisnisnya, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumennya, dan mendapatkan keberkahan dalam setiap transaksi.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis paparkan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Harga Jual Solar Non Subsidi di PT X Semarang maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam melakukan transaksi jual beli solar non subsidi PT X Semarang menggunakan strategi Mark Up harga yaitu strategi penentuan harga di mana perusahaan menambahkan sejumlah margin keuntungan di atas harga pokok atau biaya dasar produk. Tujuan dari mark-up ini adalah untuk memastikan bahwa harga jual yang ditawarkan kepada konsumen lebih tinggi dari biaya pokok, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari setiap produk atau layanan yang terjual. Dalam menetapkan harga jual solar PT X mematok keuntungan sebesar Rp 1.000 per liter. Namun, apabila pesanan tidak mencapai target minimum pembelian, PT X beralih ke sumber solar dengan kualitas di bawah standar guna mempertahankan target keuntungan tersebut. Praktik ini secara etis dan agama menimbulkan pertanyaan karena melibatkan

mark-up atau penambahan harga yang tidak sepadan dengan kualitas yang diterima konsumen.

2. Secara keseluruhan, praktik penetapan harga PT X yang mempertahankan keuntungan melalui penurunan kualitas produk tanpa pemberitahuan kepada konsumen bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip utama dalam Islam adalah kejujuran dan transparansi, sehingga perusahaan seharusnya memberikan informasi yang jujur mengenai kualitas produk yang ditawarkan. Mark-up harga yang tidak sepadan dengan kualitas barang dapat dikategorikan sebagai praktik penipuan yang dilarang dalam Islam. Untuk memenuhi standar etika bisnis Islam, PT X diharapkan menerapkan transparansi dalam setiap perubahan kualitas yang dilakukan dan memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai yang dibayarkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut adalah beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi PT X Semarang :

1. Meningkatkan Transparansi dalam Transaksi PT X sebaiknya menerapkan transparansi penuh kepada konsumen, terutama terkait dengan kualitas produk yang ditawarkan. Setiap perubahan kualitas solar, baik yang disebabkan oleh kondisi pasar maupun faktor internal perusahaan, harus diinformasikan secara jelas kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka terima.
2. Mengadopsi Etika Bisnis Islam Secara Menyeluruh untuk memastikan praktik bisnis sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah, perusahaan perlu memprioritaskan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam setiap transaksi. Hal ini meliputi pemberian hak konsumen untuk mendapatkan barang dengan kualitas sesuai harga yang telah disepakati.
3. Meninjau Kebijakan Penetapan Harga Kebijakan mark-up harga perlu dievaluasi agar mencerminkan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan nilai yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan dapat mempertimbangkan pendekatan berbasis nilai (value-based pricing), di mana harga ditentukan berdasarkan manfaat dan kualitas yang dirasakan konsumen.

4. Membangun Sistem Pengawasan Internal Perusahaan
sebaiknya membangun sistem pengawasan internal yang kuat untuk memastikan bahwa semua proses penjualan dan distribusi dilakukan sesuai dengan standar etika bisnis Islam. Hal ini mencakup audit kualitas produk, pelatihan karyawan terkait etika bisnis, dan pengelolaan keluhan konsumen secara transparan.
5. Memperkuat Komunikasi dengan Konsumen
Meningkatkan komunikasi dua arah dengan konsumen untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan solusi yang lebih sesuai, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Islahi, *Konsepsi Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyyah*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997), h. 105.
- A. Harjono, *Teknologi Minyak Bumi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), hlm. 87
- Adi Kuswanto, *Pengantar Ekonomi*, (Depok: Gunadarma, 1993), h. 6.
- Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam (Suatu Kajian Kontemporer)*, hlm 164
- Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam (Suatu Kajian Kontemporer)*, Cet. Ke-II, (Depok: Gema Insani, 2018), hlm 157.
- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: IIT-Indonesia, 2002), h. 152.
- Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam Dan*
- Ahmad Mustofa Al-Maraghi, *Terjemahtafsir Al-Maraghi, Jilid V, Penerjemah Bahrin Abu*
- Al-Mustashfa: *Jurnal Pemikiran Islam* (Vol. 7, No. 1, 2022)
- Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Ciputat: Kholam Publishing, 2008). h. 183.
- Arifin Rijal, *Mengenal Jenis dan Teknik Penelitian*, (Jakarta : Erlangga, 2001), 288.
- Asfi Manzilati, “Metodologi Penelitian kualitatif”, Cet 1, (Malang: UB Media Universitas Brawijaya, 2017), 86.
- Bakkar Et Al, (Semarang: 1989), h. 27.

- Basu DH Swastha, dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern (Yogyakarta: Liberty),
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: Asy-Syifa'i, 1992 (Q.S.Al-Isra:12)
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: Asy-Syifa'i, 1992 (Q.S Nisaa':
- Eka Sastra, Kesenjangan Ekonomi, (Jakarta: Expose Mizan Publika,2017), hlm 142.
- Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 223.
- Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 223.
- Etika Bisnis Perspektif Islam, Aris Baidowi, Jurnal Hukum Islam Volum 9, Nomor 2, Desember 2011
- Etika Bisnis Perspektif Islam, Aris Baidowi, Jurnal Hukum Islam Volum 9, Nomor 2, Desember 2011
- Ghufron A. Mas'adi, Fiqh Muamalah Kontekstual, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), h. 1
- Ibn Taymiyyah, al-Hisbah fi al-Islâm, Cet. I, h. 16.
- Ibn Taymiyyah, Majmû' Fatâwâ, Vol. XXIX, h. 345
- Ibn Taymiyyah, Majmû' Fatâwâ, Vol. XXIX, h. 522.
- Imam Soebechi, Hak Uji Materiil, (Jakarta:Sinar Grafika, 2016), hlm 121.

- Ineke Febrina A. Fahrul Yamin. (2019). Interpretasi Hasil Analisa Produk Solar 48 Dengan Parameter Appearance, Distillation, Viscosity Kinematic Dan Pour Point Di Pt Pertamina (Persero) Refinery Unit Iv Cilacap. Jurnal Tenik Patra Akademika Vol 10 Nomor 2.
- Jimly Asshidiqqie, Konstitusi Ekonomi, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2010), Kata Pengantar.
- Jimly Asshidiqqie, Konstitusi Ekonomi, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2010), Kata Pengantar.
- Jurnal Agama dan Pendidikan Islam dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Vol. 9, No. 1, 2017)
- Jurnal Ekonomika Dan Bisnis(JEBS)Vol. 2 No. 3 November 2022 Hal. 911-915
- Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan BisnisVol.4/ No.1: 94-102, Januari 2018
- Kementerian Agama RI, Al-Qur‘an dan Tafsirnya (Edisi yang disemournakan), Jilid II, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm 154.
- Kementerian Agama RI, Al-Qur‘an dan Tafsirnya (Edisi yang disemournakan), Jilid I, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm 189.
- Kontemporer), (Jakarta, Gema Insani, 2003), hlm 90.
- LaksBang PressIndo, 2017), kata pengantar.
- M. Nejatullah Shiddiqi, Kegiatan Ekonomi dalam Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 40.
- Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah), Cet. Ke-1, (Surabaya:

- Meray Hendrik Mezak, Jenis, Metode dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum, Law Review Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, (Vol. V, No.3. Murei 2006), 93.
- Meriyati, Sejarah Ekonomi Islam (Pemikiran Tokoh Masa KlasikKontemporer),Cet. Ke-1, (Palembang: Karya Sukses Mandiri, 2016), hlm 7374.
- Meriyati, Sejarah Ekonomi Islam (Pemikiran Tokoh Masa KlasikKontemporer), hlm 121-122.
- Moh Subhan, Pemikiran Ekonomi Yahya Bin Umar Dalam
- Muhammad Syahrin, Pengantar Metodologi Penelitian Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi dan Tesis, (Riau: DOTPLUS Publisher, 2022), 67.
- Mujahidin, Akhmad. Ekonomi Islam. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif, Pustaka Pelajar, hlm.280
- Nurul Huda Et Al, Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis, (Jakarta: Kencana, 2009), 3
- Penjualan Pada Pt. Raja Energi Kalimantan Di Kabupaten Banjar .
Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. 2023
- Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4996).
- Perspektif Ekonomi Modern, Jurnal Ulu Muna Vol. 1, 2015, hlm 94-95.

- Petter Mahmudi Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2008),
- Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.
- Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.
- Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Perkara Nomor 002/PUUI/2003.
- Rajawali Persada, 2013), h. 302
- Rasyad Hasan Khalil, *Tarikh Tasyri, Cet. Ke-4* (Jakarta: Amzah, 2015), hlm 148.
- Setiawan budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah*
- Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, Cet, Ke-1, (Bandung, Pustaka Setia, 2014), hlm 62.
- Suteki dan Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020), 148.
- Veinthzal Rivai Rizal, et el, *Ekonomi Mikro Islam, Cet. Ke-1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm 482-484.
- Veinthzal Rivai Rizal, et el, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm 7-8.
- Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm 374.
- Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2016), hlm 189.

Lampiran 1: Foto dengan Direktur PT X Semarang



Lampiran 2 : Proses wawancara dengan Direktur PT X
Semarang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Muchammad Zidan Kamal Syah
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 16 Mei 2002
Alamat : Griya SPS No.3 RT 2 RW 2 Semarang
Jenis Kelamin : Laki Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Nomor Kontak : 089621877171
Email : zidankamal8@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan Formal:

SDN Purwoyoso 06 Semarang Lulus tahun 2014

SMP Pondok Modern Selamat Kendal Lulus tahun 2017

SMAN 13 SEMARANG Lulus tahun 2020

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 10 Desember 2024

Penulis



Muchammad Zidan Kamal Syah
NIM. 2002036127