

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL BAWANG MERAH
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DESA
SENGON KEC. TANJUNG KAB. BREBES**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (SI)
dalam Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

NURUL ROSYIDAH

1705026203

**PROGRAM SI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

H. Johan Arifin, S. Ag., MM

Perum BPI Blok D No. 1 Rt 02 Rw X Purwoyoso Ngaliyan

Drs. Zaenuri, MH

Desa Sumberjosari Rt 01 Rw 02 Kec. Karangrayung Kab. Grobogan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp :4 (Empat) Eksemplar

Hal :Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Nurul Rosyidah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'allaikum wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Nurul Rosyidah

NIM : 1705026203

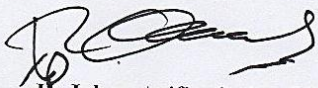
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'allaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

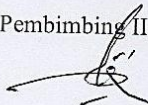


H. Johan Arifin, S. Ag., MM

NIP. 19710908 200212 1 001

Semarang, 4 Desember 2019

Pembimbing II



Drs. Zaenuri, MH

NIP.19610315 199703 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Prof. Dr. Hamka Km 2 Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nurul Rosyidah
NIM : 1705026203
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

26 Desember 2019

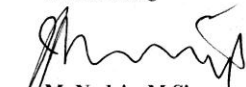
Dan dapat diterima sebagai syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Starta 1 dalam Ilmu Ekonomi tahun akademik 2019

Semarang, 30 Desember 2019

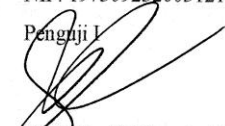
Mengetahui,

Sekretaris Sidang

Ketua Sidang


M. Nadzir, M.Si
NIP. 197309232003121002

Penguji I


Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690791994031003

Pembimbing I


H. Johan Arifin, S.Ag., M.M
NIP. 197109082002121001




H. Johan Arifin, S.Ag., M.M
NIP. 197109082002121001

Penguji II


Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A
NIP. 195902151985031005

Pembimbing II


Drs. Zaenuri, M.H
NIP. 196103151997031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”
(AN-NISA : 29)

PERSEMBAHAN

***“ SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA BAPAK DAN
IBU SAYA YANG SELALU MEMOTIVASI SAYA AGAR MENJADI
PRIBADI YANG LEBIH BAIK LAGI ”***

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain dan di terbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain. Kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 4 Desember 2019

Deklarator,



Nurul Rosyidah

NIM. 1705026203

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam literasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks arabnya.

A. Konsonan

Huruf Arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	's	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	'Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَي = Ay

أَوْ = Aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (... ل)

Kata sandang (... ل) ditulis dengan al-.... misalnya الصنّاعة = *al-shina* ,, *ah*.

Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *alma* ,,

isyah al-thabi ,, *iyah*

ABSTRAK

Penetapan harga adalah penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi rela sama rela. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang penetapan harga jual bawang merah yang terjadi di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes. Manfaat yang diperoleh yaitu untuk menambah khazanah keilmuan dan sebagai kontribusi serta menjadi bahan masukan bagi para pengambil kebijakan untuk selalu mempertimbangkan kesejahteraan rakyat setiap mengambil keputusan. Untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini,

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari data primer, yaitu data yang berasal dari penelitian lapangan secara langsung, antara lain yaitu hasil wawancara dengan pengurus organisasi bawang merah, pedagang, petani, tengkulak d Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. Selain itu penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari buku-buku refrensi dan jurnal karya orang lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan metode observasi, dan dokumentasi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual bawang merah di Desa sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes dan penetapan harga bawang merah dalam perspektif ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil penelitian, penetapan harga yang terjadi di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes mekanisme penetapan harga menggunakan metode penetapan berbasis biaya. Harga bawang merah dihitung dari biaya-biaya pengeluaran, baik produksi barang, transportasi dan lain sebagainya. Ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan dan hasil itulah harga bawang merah dijual. Harga bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung ini tidak jauh beda dengan harga pasar tradisional di Kabupaten Brebes. Selain itu terdapat beberapa faktor yaitu faktor cuaca, iklim dan faktor permintaan penawaran. Konsep penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam juga sudah sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Sunnah, maka pada saat pedagang menetapkan harga dengan pembeli, hal ini mereka tetapkan dengan saling ridha dan tidak saling menzhalimi, harganya sudah adil dan mekanisme penetapan harganya berorientasi pada kesejahteraan. Dan dalam konsep

Islam bahwa penentuan harga harus dilakukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, para pedagang hanya mengambil beberapa keuntungan. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa Islam tidak melarang berapapun keuntungan yang di dapat, tetapi jangan sampai terlalu bernafsu mengambil keuntungan, sehingga dapat merugikan atau memberatkan pihak pembeli.

Kata kunci : Penetapan Harga, Harga jual, Ekonomi Islam

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, tuhan yang menciptakan manusia yang kemudian memberikan bimbingan dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa pencerahan dalam kehidupan seluruh umat Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari semua pihak dengan berbagai bentuk kontribusi yang diberikan, baik secara moril maupun materil. Dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Tufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. M. Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku ketua Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Bapak H. Johan Arifin, S. Ag., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Zaenuri, MH selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala Ilmu yang telah diberikan.

6. Segenap staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Kedua orang tua dan kakak adiknya tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil, perhatian, dan kesabaran yang tiada hentinya kepada penulis.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan bantuan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis berharap penulisan Skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak untuk pembelajaran yang lebih baik.

Semarang, 4 Desember 2019
Penulis

Nurul Rosyidah
NIM. 1705026203

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN ABSTRAK	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka.....	9
E. Metode Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga.....	25
1. Pengertian Harga.....	25
2. Konsep Harga.....	29
3. Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	30
4. Penyebab Rusaknya Harga.....	32
B. Harga Jual	35

C. Penetapan Harga	36
1. Pengertian Penetapan Harga.....	36
2. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga ...	39
3. Langkah-langkah Penetapan Harga.....	42
D. Mekanisme Penetapan Harga Jual Menurut Ekonomi Islam.....	46
1. Pengertian Ekonomi Islam	46
2. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	49
3. Konsep Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam	50
4. Konsep yang Adil dalam Ekonomi Islam.....	55
5. Konsep Penetapan Harga menurut Para Ulama..	58
E. Regulasi Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam	66

BAB III GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.....	69
1. Sejarah Desa Sengon.....	69
2. Profil Desa Sengon.....	69
3. Keadaan Geografis dan Topografis Desa Sengon.....	73
4. Batas Wilayah Administratif	73
5. Kondisi Demografi.....	74
6. Adat dan Budaya	80

B. Struktur Organisasi Pengurus Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes	83
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes	89
B. Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.....	98

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
C. Penutup	115

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral etika bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor. Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.¹

Pada penetapan harga jual memerlukan berbagai pertimbangan terintegrasi. Melalui biaya, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum. Pada dasarnya harga jual setiap produk harus memiliki kebijakan yang benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya untuk mencapai suatu tujuan.

¹ Veithzal Rivai, dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, Jakarta: Bumi Aksar, 2009, h. 96.

² Asman Yuliar, *Analisis Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga*

Dengan adanya *tas'ir* atau penetapan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktik penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelahan hati. Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Penetapan harga sebagian besar berdasarkan pada permintaan. Apabila permintaan banyak, harga yang dikenakan akan tinggi. Akan tetapi, bila permintaan sedikit, harga yang dikenakan akan rendah. Harga dapat berbeda-beda berdasarkan konsumen. Harga yang lebih tinggi diberikan kepada pembeli yang tidak mempedulikan harga, dan harga yang lebih rendah diberikan pada pembeli yang memperhatikan harga. Penetapan harga seperti ini dapat menghancurkan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

Penentuan harga dalam pasar itu ditentukan oleh *supply and demand* (kekuatan permintaan dan penawaran). Antara permintaan dan penawaran harus terjadi rela sama rela yang tidak

ada unsur terpaksa atau tertipu dalam melakukan transaksi barang.²

Mekanisme penentuan harga secara Islami berorientasi pada diperolehnya tingkat kesejahteraan yang sepadan sesuai dengan kontribusi setiap pihak dan tidak mengarah pada ketidakadilan dalam memperoleh nilai tambah ekonomi bagi pihak-pihak yang terkait. Disini peran pemerintah adalah mencegah terjadinya distorsi yang menghambat segala macam hambatan proses terbentuknya harga yang wajar bagi semua pihak di dalam pasar, produsen, pedagang maupun konsumen lainnya.³ Dalam praktiknya mekanisme pasar sering terjadi tidak seimbang dan terkadang tidak berjalan dengan baik, karena adanya faktor. Untuk itu pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga.

Kabupaten Brebes merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang berpenghasilan bawang merah. Kualitas bawang merah Brebes bukan hanya terkenal di tingkat nasional namun juga internasional. Sentra bawang merah tersebar di Kecamatan Brebes, Wanasari, Bulakamba, Losari, Tanjung, Kersana, Ketanggungan, Songgom, Larangan, Jatibarang, Bantarkawung dan Banjarharjo. Fluktuasi harga bawang merah

² Asman Yuliar, *Analisis Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga pada Pasar Oligopoli*, Jurnal Pemasaran, Vol. 13 No. 4, 2012, h. 3

³ Muhammad, *Bisnis Syariah Persektif Muamalah dan Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2007, h. 157

menjadi salah satu penyebab berkurangnya keuntungan petani bawang merah yang disebabkan *over supply* akibat panen raya, masuknya bawang merah impor, serta peran tengkulak. Penyebab yang lainnya di tingkat produksi adalah fluktuasi harga pupuk, harga obat-obatan, harga bibit dan pengaruh iklim.⁴

Produksi bawang merah cenderung musiman karena dipengaruhi beberapa hal namun permintaan sepanjang tahun cenderung merata sehingga seringkali kondisi tersebut menyebabkan terjadinya gejolak baik jumlah maupun harga karena adanya kesenjangan antara pasokan (*supply*) dan permintaan (*demand*). Dalam jangka pendek harga hasil pertanian bawang merah cenderung mengalami fluktuasi yang terkadang cukup tajam. Harga produk pertanian tersebut mencapai harga yang sangat tinggi, namun sebaliknya harga dapat merosot ke harga yang rendah. Ketidakstabilan harga tersebut disebabkan perubahan permintaan dan penawaran.⁵

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pedagang tidak disukai oleh para pembeli,

⁴ Laili Fuji Widayawati, “Rantai Nilai Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes Jawa Tengah”, Jurnal Inovisi Vol. 12 No. 2, 2016, h. 86-87

⁵ Pandi Pardian, Trisna Insan Noor, Acha Kusumah, “Analisis Penawaran dan Permintaan Bawang Merah di Provinsi Jawa Tengah”, Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Vol.1 No.2, 2016, h. 150

para pembeli bisa menjauhi para pedagang tersebut bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pedagang.⁶

Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes mayoritas petani bawang merah. Harga diserahkan kepada pasar, stok bawang merah menjadi penting. Saat masa panen dan bawang merah melimpah akan menurunkan harga, sedangkan saat bukan musim panen jumlah bawang merah menjadi terbatas dan akan menaikkan harga bawang merah.

Pada kenaikan harga bawang merah sangat tergantung pada musim panen dan musim tanam serta pengaruh iklim dan cuaca. Di samping itu, kenaikan harga juga berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Harga komoditas pertanian bawang merah di Desa Sengon Tanjung Kabupaten Brebes cukup menarik untuk diamati. Harga ini masih tetap menjadi beban resiko terbesar ditanggung petani. Ini disebabkan harga yang diterima petani mengikuti kenaikan harga pupuk. Namun, kenyataannya yang diterima petani tidaklah demikian. Petani selalu menerima harga yang sangat berfluktuatif, sedangkan harga pupuk dapat dipastikan selalu naik.

Walaupun demikian, pada saat-saat tertentu harga bawang merah dapat melonjak naik sehingga memberikan nilai

⁶Muhammad Birusman Nuryadin, "Harga Dalam Perspektif Islam", Jurnal Mazahib, Vol. IV, No. 1, 2007, h. 86

tambah bagi petani. Lonjakan harga bawang merah di Desa Sengon ini antara lain disebabkan oleh gangguan musim dari hari raya tertentu. Kenaikan harga tersebut dapat berlipat ganda kalau saat gangguan musim terjadi bersamaan dan berdekatan dengan perayaan hari raya.

Oleh karena itu, adanya musim produksi bawang merah yang ada di Desa Sengon Kecamatan Tanjung ini menjual sendiri hasil produksinya ke pasar kota-kota besar. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan yang dimiliki petani seperti alat transportasi, fasilitas, penyimpanan, pengepakan, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran komoditas tersebut. Adanya keterbatasan tersebut mendorong para petani produsen untuk menjual hasil bawang merah kepada pedagang pengumpul. Kadang-kadang petani juga menjual hasil produksinya kepada konsumen pemakai melalui pasar di tingkat desa atau pasar di tingkat kecamatan.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, menurut Ibu Wati harga di Desa Sengon Kecamatan Tanjung cenderung naik turun. Hanya pada saat-saat tertentu saja harganya naik, misalnya pada perayaan hari-hari besar keragaman seperti hari raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, dan Perayaan Tahun Baru. Beberapa hari lalu harga bawang merah sempat mencapai Rp 25.000 per kilogram. Naik turunnya harga bawang merah tersebut akibat

kurangnya persediaan bawang merah yang ada dan berkurangnya konsumen yang membeli bawang merah.⁷

Naik turunnya harga bawang merah ini membuat para pedagang bawang merah mengeluh, mereka takut jika semakin hari harga semakin turun dan stok bawang merah yang mereka miliki masih banyak akan mengakibatkan kerugian. Ibu Wati seorang pedagang bawang merah dikawasan Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Brebes ini mengatakan, bahwa harga bawang merah setiap harinya mengalami perubahan.

Harga yang tidak stabil dan kondisi cuaca yang tidak menentu akan mengakibatkan naik turunnya suatu harga bawang merah di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes. Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Namun pada kenyataan untuk penelitian sementara penetapan harga jual bawang merah belum menggunakan perspektif ekonomi Islam.

Untuk itu, berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti atau ingin mengetahui mekanisme penetapan harga jual dan penetapan harga jual bawang merah

⁷ Wawancara dengan Ibu Wati, Pedagang Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, Pada Tanggal 10 Oktober 2019, Pukul 09.30 WIB

dengan perspektif ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes yang akan dituangkan dengan skripsi dengan judul: **“Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok yang akan peneliti kaji dalam skripsi ini, dapat dikemukakan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes?
2. Bagaimana Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dengan Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.
2. Untuk mengetahui Perspektif Ekonomi Islam dalam Penetapan harga jual Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.

Adapun Manfaat Penelitian sebagai berikut:

Di dalam melakukan penulisan ini, penulis mengharapkan ada manfaat yang dapat diambil baik bagi diri penulis sendiri maupun bagi masyarakat pada umumnya. Manfaat penelitian ini dibedakan dalam dua bentuk, yaitu:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran guna pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dalam bidang Ekonomi yang mengenai penetapan harga jual dan perspektif ekonomi Islam

2. Secara Praktis

- a. Untuk memberikan gambaran pelaksanaan mekanisme penetapan harga jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- b. Sebagai sarana menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan kajian yang dipelajari.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai dasar guna penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam rangka pencapaian penulisan skripsi yang maksimal, penulis bukanlah yang pertama membahas materi tentang penetapan harga jual bawang merah dalam perspektif

ekonomi Islam. Berbagai buku dan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa mahasiswa antara lain:

1. Menurut Ahmad Takhlishul Umam, mahasiswa Universitas Negeri Semarang 2015 yang berjudul “Pengaruh Harga Bawang Merah terhadap Produksi Bawang Merah di Jawa Tengah”⁸ Penelitian ini membahas tentang adanya pengaruh harga bawang merah terhadap produksi bawang merah di Jawa Tengah, sedangkan penelitian saya membahas tentang Penetapan Harga Jual Bawang Merah. Dan perbedaan kedua adalah bahwa obyeknya saya di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes sedangkan penelitian terdahulu obyeknya di Jawa Tengah. Dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian saya metode kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas harga bawang merah.
2. Menurut Teguh Afriyanto, mahasiswa fakultas syariah Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga 2004 yang berjudul “Penetapan Harga Makanan di Kantin Putra Pondok Pesantren Pandanaran Yogyakarta dalam Perspektif Hukum”⁹ penelitian ini membahas tentang penetapan harga di kantin putra

⁸ Ahmad Takhlishul Umam, *“Pengaruh Harga Bawang Merah Terhadap Produksi Bawang Merah Di Jawa Tengah”*, Univesitas Negeri Semarang, 2015.

⁹ Teguh Arifiyanto, *“Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren Sunan Pandangan Yogyakarta Dalam Perspektif Hukum Islam”*, Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga, 2004

berubah-ubah dan harganya tidak sesuai kualitas makanan yang sebagian tak layak dikonsumsi bahkan ada yang sudah kadaluarsa tetapi masih dijual, hal itu menyebabkan konsumen merasa dirugikan. Sedangkan penelitian saya membahas tentang penetapan harga jual bawang merah. Adapun perbedaannya, obyek penelitian terdahulu di Pondok Pesantren Pandanaran Yogyakarta, sedangkan penelitian saya obyeknya di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. Perbedaan kedua peneliti terdahulu membahas dalam Perspektif Hukum, sedangkan peneliti membahas dalam perspektif Ekonomi Islam. Dari Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga.

3. Menurut Sovi Nur Aisyah, mahasiswa Ekonomi Islam fakultas Syariah dan Ekonomi Islam 2014 yang berjudul “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif prinsip-prinsip Ekonomi Syariah (studi kasus di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon)”¹⁰. Penelitian ini membahas tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah dengan penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* di Toko Arafah menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Toko Arafah

¹⁰ Sovi Nur Aisyah “*Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Arafah Jl.Perjuangan Cirebon)*”, Skripsi Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015.

sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Toko Arafah mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Toko Arafah tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga ganjil yang dibulatkan, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dengan bekerjasama melalui lembaga Baitul Maal Hidayatullah (BMH) yaitu lembaga sosial amil zakat yang bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq, dan sodaqah dan penetapan harga *odd price* merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli. Sedangkan penelitian saya membahas tentang penetapan harga jual bawang merah dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaannya, obyek penelitian terdahulu di Toko Arafah Jl.Perjuangan Cirebon, sedangkan penelitian saya, di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes. Adapun perbedaan kedua peneliti terdahulu membahas dari perspektif prinsip-prinsip ekonomi syariah, sedangkan peneliti sekarang lebih fokus ke perspektif ekonomi Islam. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang penetapan harga jual.

E. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dinyatakan dengan dalam bentuk angka, melainkan data yang dinyatakan dalam bentuk kata dan kalimat, uraian atau bacaan lain yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

Untuk mendapatkan penelitian yang akurat, ilmiah dan sistematis diperlukan perangkat metode penelitian yang tepat dan memadai, kerangka yang akan penulis gunakan cukup sederhana, namun penulis memaanang kerangka ini cukup tepat yaitu dengan mengikuti langkah-langkah:

1. Jenis Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya. Menurut David H. Penny, penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemecahannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.

Menurut Mohamad Ali penelitian adalah suatu cara untuk memahami sesuatu dengan melalui penyelidikan atau usaha mencari bukti-bukti yang muncul sehubungan dengan

masalah itu, yang dilakukan secara hati-hati sekali sehingga diperoleh pemecahannya.¹¹

Penelitian kualitatif menurut Taylor dan Bogdan, sebagaimana dikutip Emy Susanti, menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif mengenai tingkah laku, bahasa lisan dan tulisan yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti. Sedangkan menurut Strauss dan Corbin, metode penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu di balik fenomena yang belum diketahui. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian Kualitatif, penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif atau dinamakan metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) yakni sebuah fakta yang diperoleh dari subjek penelitian melalui informasi langsung dari pihak petani, pedagang dan tengkulak bawang merah yang berada di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

¹¹ Abu Achmad Narbuko, *Metodologi Penelitian*: Jakarta: PT. Buka Aksara, 2009, h.2.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif, dimana untuk mengetahui spsksh mekanisme penetapan harga bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes ini sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

2. Sumber Data

Adapun cara kerja teknis metode penelitian ini dengan menggunakan sumber data yang dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.¹² Data yang terkumpul merupakan gambaran secara umum tentang Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam yang ada di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.

b. Data Sekunder

Yaitu sumber data yang keberadaanya sebagai pendukung dalam sebuah penelitian. Data sekunder ini meliputi data yang bersumber dari buku-buku yang terkait dengan penelitian yaitu tentang jual beli. Sumber

¹² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h.4.

data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui internet, penelusuran dokumen atau publikasi informasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian seperti metode pengumpulan data masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan. Masalah yang diteliti dengan penggunaan metode yang tepat dapat meningkatkan nilai penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data diri dari responden. Wawancara (*interview*) dapat berupa wawancara personal (*personal interview*), wawancara intersep (*intercept interview*), dan wawancara telepon (*telephone interview*).¹³

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara

¹³ Jogiyanto, *metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004, h.93-94

langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁴

Wawancara yang dilakukan kepada petani, pedagang, tengkulak. Peneliti akan wawancara kepada petani, pedagang, tengkulak dengan penulis wawancara. Jenis *interview* yang digunakan adalah *interview* semi terstruktur dimana nantinya akan disiapkan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan. Hal ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih mendalam karena informan akan dimintai pendapat dan ide-idenya terkait permasalahan yang diteliti.

b. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data dengan pengamatan, pemahaman dan kemampuan dalam membuat makna atas suatu kejadian atau fenomena pada situasi yang tampak. Peneliti menggunakan observasi non-partisipan, yaitu sebagai proses pengamatan yang dilakukan observasi dengan tidak ikut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat.

Observasi dari beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain: tempat, pelaku, objek, kegiatan, kejadian atau peristiwa dan waktu. Dalam

¹⁴ Narbuko, *Metodologi...*, h. 83

penelitian ini penulis langsung pergi ke lokasi untuk mengetahui penetapan harga jual bawang merah dalam perspektif ekonomi Islam di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, gambar dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang kondisi umum, dokumen kegiatan penetapan harga jual bawang merah dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan gambaran umum pedagang dan petani bawang merah di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes yang berupa foto kegiatan petani, dan pedagang yang berada di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

4. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan dalam bentuk yang mudah untuk dibaca dan dipresentasikan. Data-data yang diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori dan menjabarkannya, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan terhadap Penetapan Harga Jual bawang merah dalam perspektif Ekonomi Islam pada Desa Sengon Kec. Tanjung Brebes. Data-data yang terkumpul, selanjutnya dianalisa secara kualitatif. Yang dimaksud kualitatif yaitu metode analisis data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang disusun dalam rangka memaparkan keseluruhan hasil penelitian ini secara singkat dan penelitian yang disusun terdiri dari 5 (lima) bab, dibagi menjadi beberapa sub bab. Adapun garis besar sistematika penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut: bagian awal meliputi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, kata pengantar, daftar isi, dan abstrak. Bagian utama atau inti terbagi atas beberapa bab yaitu:¹⁵

¹⁵ Tim penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2018, h.77

BAB I: Pendahuluan, pada bab ini akan menjelaskan unsur-unsur yang menjadi syarat suatu penelitian ilmiah, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab ini merupakan pembahasan pendahuluan dari pembahasan dalam bab-bab berikutnya.

BAB II: Landasan Teori, bab ini akan membahas tentang Harga, Penetapan Harga, Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, penentuan harga jual, langkah-langkah penetapan harga, mekanisme penetapan harga jual menurut Ekonomi Islam, prinsip harga menurut Ekonomi Islam, mekanisme penentuan harga jual menurut ulama Islam, Regulasi Harga menurut Perspektif Ekonomi Islam.

BAB III: Gambaran Umum Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes, Pada bab ini peneliti menguraikan tentang gambaran umum daerah penelitian, meliputi: sejarah desa Sengon, profil desa Sengon, keadaan geografis dan topografis Desa, batas wilayah administratif, kondisi demografi, keadaan sosial, adat atau budaya, susunan organisasi tata kerja pemerintah Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, struktur organisasi pengurus bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes

BAB IV: Analisis dan Pembahasan, Bab ini meliputi: Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa

Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.

BAB V: Penutup, Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut dan berakhir dengan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Harga menurut Ridwan Iskandar sudayat adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Harga menurut Murti dan John menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk.¹

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

Dalam fikih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *al-si'r*. Al-Tsaman adalah harga satuan barang atau nilai sesuatu. Sementara *al-si'r*

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

adalah harga yang ditentukan untuk barang dagang. Kata *al-si'r* jamaknya *Al-as'ar* artinya harga (sesuatu), kata *Al-si'r* ini digunakan dipasar untuk menyebut harga (di pasar). Fluktuasi harga suatu komoditas berkaitan erat dengan *al-si'r* bukan *al-Tsaman*. Karena *al-si'r* merupakan harga aktual yang terbentuk dalam proses jual beli.²

Dalam harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan hargayang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. kemudian 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 pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.

Penjualan produk yang berkualitas tinggi tentunya disertai dengan harga yang tinggi pula. Demikian juga untuk penjualan produk yang berkualitas rendah akan disesuaikan dengan harga yang rendah pula. Dalam persaingan ini

² Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syari'ah*, Jakarta:Rajawali Pers,2016,

perusahaan dituntut untuk dapat memberikan produk yang bermutu dan memiliki nilai merek pada tingkat harga tertentu yang dapat dijangkau konsumen dan dapat diterima di pasaran, guna meningkatkan volume penjualan.

Hal ini sesuai dengan surat firman Allah SWT dalam surat an-Nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ

بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.³

Berdasarkan ayat di atas dengan tegas melarang orang yang memakan harta orang lain atau hartanya dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat suddi, memakan dengan

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Depok: Qur'an dan Tajwid, 2011, h.83

jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Menurut Hasan dan Ibnu Abbas, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian. Termasuk juga dalam jalan batil, ini dinamakan dengan segala jual beli yang dilarang syara'. Dan tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling “berkeridhaan” (suka sama suka) di antaramu, yakni dari kedua pihak. Sudah tentu perniagaan yang diperbolehkan oleh syara'.⁴

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^ط وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَکُمْ
رِئُوسُ أَمْوَالِکُمْ لَا تُظْلَمُونَ وَلَا تَظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : “maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan menerangimu, dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak akan menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”⁵

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebijakan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebijakan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling

⁴ Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, Edisi 1 Cet 1, Jakarta: Kencana, 2006, h. 258

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h.47

mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan) harus berlaku dengan adil. Jika tidak berlaku dengan adil maka akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan di dunia ini. Oleh karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau *gharar*.

2. Konsep Harga

Dalam *price* (penentuan Harga) klasik, selalu digunakan pendekatan permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Namun saat ini banyak terjadi penyimpangan yang berakibat pada penentuan harga secara berlebihan. Selama ini banyak orang yang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengandalkan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin mungkin telah menjadi para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan. Dalam ekonomi konvensional, motivasi utama bagian produsen adalah mencari keuntungan maksimal semata. Tujuan produsen dalam ekonomi konvensional selalu menitik beratkan pada penggandaan materi yang akan didapatkan oleh perusahaan. Oleh karenanya, produsen adalah seseorang profit sekedar sekaligus profit *maximize*.

Strategi, konsep dan teknik berproduksi semuanya diarahkan untuk mencapai keuntungan maksimum, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.⁶

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

3. Faktor yang Mempengaruhi Harga

Ketentuan harga dalam negara Islam di antaranya:

a. Kenaikan Harga Sebenarnya

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

⁶ M. Nur Arianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010, h.157

b. Kenaikan Harga Buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun.⁷

Rasulullah melarang menimbun barang:

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ (رواه مسلم)

Artinya: Dari Ma'mar bin Abdullah Rasulullah bersabda "tidaklah seseorang melakukan penimbunan melainkan dia adalah pendosa".(HR. Muslim no.1605).⁸

Contoh kenaikan harga buatan:

- a) *Najsy*, sebuah praktik dagang dimana seorang pura-pura menawar barang yang didagangkan dengan maksud hanya untuk menaikkan harga.
- b) *Talaqqial-Rukban*, praktik ini adalah sebuah perbuatan seseorang dimana dia mencegat orang-orang yang membawa barang dari desa dan membeli barang itu sebelum tiba dipasar.⁹

⁷ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997, h.156

⁸ Syaikh Muhammad Nasruddin, *Shahih At-Tagrhib Wa At-Tarhib (Hadits-hadits Shahih tentang Anjuran dan Janji Pahala, Ancaman dan Dosa)*, tim pustaka Sahifa, cet ke-2, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008, h. 6

⁹ Asyari, *Kamus Istilah Ekonomi Syariah*, Padang: PT. Al-Ma'arif, 2003, h.100

c. Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok

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

d. Harga Monopoli

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

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

4. Penyebab Rusaknya Harga

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun, dia tidak boleh melakukan distorsi yang bisa

merusak harga ataupun mendistorsi pesaing yang lain. Oleh sebab itu, Islam melarang praktik-praktik jual beli yang bisa merusak harga antara lain seperti halnya:

- a. Penipuan misalnya kalousi produsen dan distributor dalam menetapkan harga (*conspiratorial price fixing*), ketidaktahuan konsumen hanya memanfaatkan kekuasaan dan manipulasi harga.
- b. *Gharar*, jual beli yang tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harganya, barangnya dan keselamatan kondisi barang yang waktu diperolehnya.
- c. *Ghaban* adalah selisih antara harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga pasar akibat ketidaktahuan pembeli akan harga. Sedangkan *tadlis* adalah penipuan pada pihak penjual dan pembeli dengan menyembunyikan cacat saat bertransaksi.¹⁰

Dan Allah SWT berfirman dalam QS. Asy Syu'ara' ayat 183 yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ

مُفْسِدِينَ

¹⁰ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPEF Yogyakarta, 2004, h.325.

Artinya: Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.¹¹

Dalam kitab fatwa Ibnu Taimiyah juga memberikan penjelasan yang lebih terperinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan kemudian tingkat harga, antara lain:

- a. Keinginan penduduk (*al-raghbah*) atas jenis yang berbeda-beda dan sesekali berubah-ubah. Perubahan itu sesuai dengan kelimpahruahan atau kelangkaan barang yang diminta (*al-mathlub*). Sebuah barang sangat diinginkan, jika persediannya sangat sedikit ketimbang ketersediaan yang berlimpah.
- b. Jumlah orang yang meminta (*demandar atau thullab*) juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang akan besar maka harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlahnya sedikit.¹²
- c. Itu juga akan berpengaruh atas menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan,

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an.*, h. 374

¹² M. Nur Rianto Al-Arif dkk, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Cet.Ke-1, Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010, h.183.

bagaimanapun besar atau kecilnya. Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi ketimbang jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

B. Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual antara lain, yaitu:

Hansen dan Mowen mendefinisikan “Harga Jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Menurut Mulyadi, “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

C. Penetapan Harga

1. Pengertian Penetapan Harga

Menurut Philip Kotler penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti oleh suatu jangka waktu tertentu (mengenai perkembangan pasar).

Menurut Fandy Tjiptono penetapan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Selanjutnya dia mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir ini tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.¹³

Menurut Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi. Maka hal ini diperbolehkan dan wajib ditetapkan.¹⁴

Menurut Adiwrman Karim bahwa penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi rela sama rela.

Mekanisme penetapan harga secara Islami berorientasi pada perolehannya tingkat kesejahteraan yang sepadan sesuai kontribusi setiap pihak dan tidak mengarah

¹³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997, h. 151

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gemalnsani, 1997, h. 258

pada ketidakadilan dalam memperoleh nilai tambah ekonomi bagi pihak-pihak terkait. Disini peran Pemerintah didalam mencegah terjadinya distorsi yang menghambat segala macam hambatan proses terbentuknya harga yang wajar bagi semua pihak didalam pasar, bagi produsen, pedagang maupun konsumen, dan lain-lain.

Dalam konsep Islam penentuan harga yang dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu: kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harus rela sesama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.¹⁵

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran,

¹⁵ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Amzah, 2010, h. 152

penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.¹⁶

Boyd Walker dan Laurreche menyatakan bahwa: “ada sejumlah cara dalam menetapkan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor itu meliputi:

- a. Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pemasaran.
 - b. Perluasan produk sedemikian rupa, sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
 - c. Biaya dan harga pesaing.
 - d. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti. Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan Ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas.
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Prosedur dalam penetapan harga barang atau jasa, yang ditawarkan setiap perusahaan tidak menggunakan prosedur yang sama dalam penetapan harga dimana menurut Stanton bahwa penetapan harga meliputi 5 tahap, yaitu:

¹⁶ Christiani N. Soei, H. Sabijono, T. Runtu. *Jurnal Penetapan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD. Sinar Sakti*, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, hal. 209, diakses pada tanggal 9 Oktober 2019 Jam 16.00 WIB dalam Jurnal

- a. Mengestimasi permintaan barang tersebut pada tahap ini seharusnya produsen perlu membuat estimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total. Hal ini untuk lebih memudahkan dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Pengestimasian tersebut dapat dilakukan dengan jalan:
 - 1) Menentukan harga yang diharapkan (*expected price*)
 - 2) Mengestimasikan volume penjualan pada berbagai tingkat harga
- b. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan kebijaksanaan penentuan harga tentu harus memperhatikan kondisi persaingan yang di ada di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang didapat berasal dari:
 - 1) Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain
 - 2) Barang pengganti
 - 3) Barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain sama-sama menginginkan uang konsumen
- c. Menentukan *market share* yang di dapat diharapkan. Bagi perusahaan yang ingin bergerak dan maju lebih cepat tentu selalu mengharapkan *market share* yang lebih besar. Untuk mendapatkan *market share* yang lebih besar harus ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari

persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu. Usaha peningkatan *market share* yang diharapkan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.

- d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar ada beberapa strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu:
 - 1) *Skim the cream pricing* (penetapan harga penyaringan). Kebijakan penetapan harga ini memiliki tujuan untuk menutupi biaya pengembangan dan promosi.
 - 2) *Penetration pricing* (penetapan harga penetrasi). Kebijakan penetapan harga ini bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang sebesar-besarnya dalam waktu relatif singkat.
- e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan faktor lainnya harus dipertimbangkan dalam penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat barang, sistem distribusi dan program promosinya.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Marius mengatakan bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan dan

menetapkan harga yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.

3. Langkah-langkah Penetapan Harga

a. Tujuan Penetapan Harga

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa laba, dimana mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain. Masalah tujuan penetapan harga telah dibahas terdahulu.

b. Estimasi Permintaan dan Elastisitas Harga

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan, yakni *“how responsive demand will be to a change in price”*. Dimana permintaan menentukan batas atas dari rentang harga yang dimungkinkan bagi suatu produk. Permintaan akan menurun drastis bila harga terlalu tinggi. Biasanya terjadi hubungan yang terbalik antara harga dan jumlah permintaan, sehingga kurva permintaan bersifat negatif

atau harga akan menurun. Namun produk tertentu yang dipandang bagus atau produk yang sulit dinilai kualitasnya secara obyektif, bisa menghasilkan permintaan yang positif. Ada pula pelanggan yang menggunakan harga sebagai indikator dari status atau kualitas produk tersebut, sehingga terdorong untuk membeli lebih banyak pada saat harga meningkat.¹⁷

c. Biaya dan Hubungannya dengan Volume Penjualan

Permintaan menentukan batas atas dari kisaran harga yang layak dan dapat ditawarkan oleh perusahaan atas produknya, sedangkan biaya menentukan batas bawahnya. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Harga suatu produk haruslah menutupi biaya untuk produksi dan pemasaran barang tersebut, paling tidak untuk jangka panjang, sebagaimana halnya pendapatan yang layak diterima oleh perusahaan atas investasi yang telah dilakukan dan resiko yang harus ditanggungnya. Ada dua jenis biaya yang umumnya digunakan di perusahaan, yakni:

¹⁷ Verina H. Secapramana, *Jurnal Model dalam Strategi Penetapan Harga*, Umitas Vol. 9, No.10, September 2000-februari 2001, h. 39 di akses pada tanggal 20 september 2019 jam 17.00 dalam Jurnal

Biaya tetap (*fixed costs*) yang bersifatnya tetap untuk jangka pendek, tanpa dipengaruhi oleh volume produksi atau pendapatan dari penjualan. Tercakup di dalamnya adalah bunga, sewa, gaji eksekutif, departemen fungsional yang dibutuhkan untuk mendukung produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Karena biaya tetap secara keseluruhan tetap jumlahnya tanpa tergantung pada volume, maka biaya tetap per unit produk akan menurun apabila perusahaan memproduksi dan menjual lebih banyak produk tersebut dalam suatu periode tertentu.

Biaya variabel (*variable costs*) bervariasi secara keseluruhan terkait dengan taraf produksi, namun biaya per unit tetap sama tanpa tergantung pada jumlah produksi. Tercakup di dalamnya adalah biaya bahan baku, kemasan, dan tenaga buruh yang diperlukan untuk memproduksi setiap unit produk.¹⁸

d. Harga dan Biaya Kompetitor

Guna memperoleh posisi bersaing yang diharapkan untuk suatu produk atau jasa dalam pasar dengan sasarnya, manajemen harus memperhitungkan biaya dan harga dari Kompetitor. Misalnya, supaya sukses menerapkan strategi harga rendah, maka manajemen harus yakin bahwa biaya produk memang lebih rendah

¹⁸ Secapramana, *Jurnal...*, h. 40

daripada biaya pesaing, dan rendahnya biaya tersebut akan tercermin pada harga produk yang ditawarkan.

e. Metode Penetapan Harga

Secara garis besar metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan (*customer-oriented-methods*), berbasis biaya (*cost-oriented methods*), berbasis laba (*profit-oriented methods*) dan berbasis persaingan (*competiton-oriented methods*).

f. Penyesuaian Struktur Harga dengan Kondisi Pasar

Apabila taraf harga telah ditetapkan berdasarkan semua pertimbangan di atas, untuk selanjutnya dapat terjadi fleksibilitas harga, dimana struktur struktur divariasikan sesuai dengan permintaan dan biaya berdasarkan wilayah, segmen pasar, dan lain-lain. Penyesuaian khusus terhadap harga dapat dilakukan dalam bentuk diskon, penyesuaian geografis. Selain semua faktor di atas, Kotler dan Amstrong menambahkan satu faktor internal yang perlu juga dipertimbangkan.

Dalam strategi penetapan harga, yakni organisasi. Manajemen perlu memutuskan siapa dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga

ditetapkan oleh manajemen puncak. Pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu lini produk.

Dalam pasar industri, sales diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan kisaran harga tertentu. Dalam industri di mana penetapan harga merupakan faktor kunci (misalnya perusahaan minyak, penerbangan luar angkasa), biasanya setiap perusahaan memiliki departemen penetapan harga tersendiri yang bertanggung jawab terhadap departemen pemasaran dan manajemen puncak. Pihak-pihak lain yang mempunyai pengaruh terhadap penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.¹⁹

D. Mekanisme Penetapan Harga Jual menurut Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Agama Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah SWT ke muka bumi untuk menjadi *rahmatan lil' alamin* (rahmat bagi seluruh alam). Islam tidak hanya sekedar mengatur masalah ibadah seorang hamba-Nya kepada Tuhan-Nya, tetapi juga mampu menjawab berbagai macam bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan

¹⁹Secapramana, *Jurnal...*, h.41

ekonomi, yang dikenal pada saat ini dengan istilah Ekonomi Islam. Kemunculan ekonomi Islam dipandang sebagai “sebuah gerakan baru yang disertai dengan misi dekonstruksi atas kegagalan sistem ekonomi dunia selama ini”.

Dalam bahasa Arab istilah ekonomi diungkapkan dengan kata *al-iqtisad*, yang secara bahasa berarti: “kesederhanaan dan kehematan”. Dari makna ini, kata *al-iqtishad* berkembang dan meluas sehingga mengandung makna ‘*ilm al-iqtishad*, ilmu yang berkaitan dengan atau membahas ekonomi.²⁰

Secara terminologis, para pakar berbeda pendapat dalam mendefinisikan ekonomi Islam:

- 1) M. Umer Chapra: Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka sesuai dengan *maqashid al-syari'ah* atau tujuan ditetapkannya syariah, tanpa mengekang kebebasan individu secara berlebihan, menimbulkan ketidakseimbangan makro ekonomi dan ekologi, atau melemahkan keluarga dan solidaritas sosial jalinan moral dan masyarakat.²¹

²⁰ Muslimin Kara, *Pengantar Ekonomi Islam*, Makassar: Alauddin Press, 2009, h.1

²¹ Imamudin Yulia, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: LPPP, 2000, h. 6

- 2) Menurut Mohammad Nejatullah Siddiqi, ekonomi Islam adalah jawaban dari pemikir Muslim terhadap tantangan-tantangan ekonomi pada zamannya. Dalam upaya ini mereka dibantu oleh Al-Qur'an dan sunnah Nabi, akal pikiran, dan pengalaman.
- 3) M. Abdul Mannan mendefinisikan ekonomi Islam dengan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami dengan nilai-nilai Islam.
- 4) Menurut Yusuf Al-Qardhawi, ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah.
- 5) Khurshid Ahmad mendefinisikan ekonomi Islam dengan suatu usaha sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungannya kepada persoalan tersebut menurut perspektif Islam.

Masih banyak para ahli yang memberikan definisi tentang apa itu ekonomi Islam. Sehingga ekonomi Islam dapat didefinisikan sehingga suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga maqasid syariah (agama, jiwa, akal, nasib, dan harta).

2. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua belah pihak akad.

Dari pengertian diatas menjelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “penentuan harga mempunyai dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang haram. *Tas'ir* ada yang zalim. Itulah yang diharamkan dan ada yang adil itulah yang diperbolehkan. Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak

menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.²²

Menurut Qardhawi, jika pedagang menahan suatu barang, sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat harga pertama. Dalam kasus ini, para pedagang secara suka rela harus menerima penetapan harga oleh pemerintah. Pihak yang berwenang wajib menetapkan harga itu. Dengan demikian, penetapan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagaimana diminta oleh Allah. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah “Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran”.²³

3. Konsep Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu variabel dari pemsaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut trjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

²² Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga dalam Perspektif Islam*, Vol. IV, No. 1 Juni 2007, h. 93 diakses pada tanggal 30 September 2019, Jam 21.00 dalam Jurnal.

²³ Nuryadin, *Jurnal...*, h.94

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat masal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Adapun hal yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga dalam ekonomi Islam, yaitu:

1. Permintaan dan penawaran

- a. Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah Swt.

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diurai sebagai berikut:

- 1) Faktor-faktor yang penentu permintaan

- a) Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada

umumnya, hubungan antara tingkat harga dan jumlah adalah negatif. Semakin tinggi harga, maka semakin rendah jumlah permintaan, demikian pada sebaliknya.

2) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga

Ibnu Taimiyah mencatat ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya sebagai berikut:

a) keinginan penduduk (*ar-raghabah*)

yaitu keinginan atas barang-barang berbeda dan sering kali berubah. Hal ini turut dipengaruhi oleh berlimpahnya atau langkanya suatu barang. Dalam konvensional hal ini dikenal dengan istilah *preference* (minat).

b) Jumlah orang yang meminta

Semakin banyak orang yang meminta dalam suatu jenis barang dagangan, maka semakin mahal harga barang

c) Kuat atau lemahnya permintaan

Keutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi ketimbang jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

d) Kualitas pembeli (*al-mu'awid*)

Harga jual berubah-ubah, sesuai dengan siapa saja transaksi tersebut dilakukan. Pembeli yang punya kredibilitas yang buruk, sering bangkrut, mengulur-ngulur pembayaran akan mendapatkan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang memiliki predikat terbaik.

b. Penawaran

Dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenali sebagai kekuatan penting di dalam pasar. Ibnu Taimiyah, misalnya mengisitilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan di pasar. Dalam pandangannya penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen atau penjual. Namun ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran, antara lain:

1) *Maslahah*

Pengaruh *maslahah* terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen. Jika jumlah *maslahah* yang terkandung dalam produksi dengan barang semakin meningkat, maka produsen muslim akan

memperbanyak jumlah produksinya, produsen dengan tingkat keimanan biasa dan kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini, jika barang dan jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsennya akan menganggapnya sudah baik sehingga pertimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan

2) Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari *masalah* karena ia dapat mengakumulasi modal yang akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktifitas lainnya. Dengan kata lain, keuntungan akan menjadi tambahan modal guna memperoleh *masalah* lebih besar lagi untuk mencapai *falah*.²⁴ Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan adalah sebagai berikut:

a) Harga barang

Faktor utama yang menentukan keuntungan adalah harga barang itu sendiri. Peran dari harga barang dan penentuan penawaran telah

²⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Op.Cit*, h. 314

lama dikenal oleh pemikir ekonomi Islam klasik. Jika harga barang naik, maka jumlah keuntungan per unit yang akan diperoleh juga naik. Hal ini kemudian akan meningkatkan keuntungan total dan akhirnya mendorong produsen untuk menaikkan jumlah penawarannya.

b) Biaya produksi

Biaya produksi jelas menentukan tingkat keuntungan, sebab keuntungan adalah selisih antara penerimaan (*revenue*) dengan biaya (*cost*). Jika biaya turun, maka keuntungan produsen atau penjual akan meningkat yang akan mendorong dalam meningkatkan jumlah pasokan ke pasar.

4. Konsep Harga yang Adil dalam Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminology dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si'r al-mitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-'adl*. Istilah *qimah al'adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka an

majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (shahih muslim). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas denda, setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *qimah al-'adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang tidak mengkodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas harta milik dan sebagainya.

Meskipun istilah-istilah diatas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan al-Khulafa al-Rasyidin, tetapi sarjana muslim pertama memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu: *'iwadh al-mitsl (equivalen compensation/* kompensasi yang setara). Dalam alhisabnya ia mengatakan “kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksirkan oleh hal-hal yang setara dan itulah esesnsi keadilan (*nafs al-'adl*). Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil.

Adanya suatu harga yang adil telah mejadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dan komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Konsep harga yang adil yang didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya Islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi

yang Islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajara Islam dan nilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.

Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain:

- 1) Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*.
 - 2) Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara ikhtiar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
 - 3) Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih kecil, sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.²⁵
5. Konsep Penetapan Harga Menurut Para Ulama
- 1) Penetapan Harga Menurut Abu Yusuf

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar, ia sangat

²⁵ Heri Sudarsono, *K konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonomisia, 2002, h.20

memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Berbeda dengan pemahaman saat itu yang beranggapan bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal, dan sebaliknya. Masyarakat harus memahami bahwa harga suatu barang hanya ditentukan oleh jumlah penawaran saja. Dengan kata lain, bila hanya tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal.

Sebaliknya, jika tersedia banyak barang, maka harga akan turun. Mengenai hal ini Abu Yusuf dalam kitab Al-Kharaj mengatakan, “tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal ini mengaturnya prinsip yang tidak bisa diketahui. Murah bukan melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah (sunnatullah). Abu Yusuf menyatakan: “kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.”

Pada dasarnya dalam pemikiran Abu Yusuf ini merupakan hasil observasi terhadap fakta empiris saat itu, dimana sering kali terjadi melimpahnya barang ternyata diikuti dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah. Hal ini menjadi kontroversi dalam analisis ekonomi Abu

Yusuf adalah pada masalah pengendalian harga (ta'sir). Ia dengan tegas diriwayatkan oleh Anas: "Orang-orang berkata: "Ya Rasulullah, harga melonjak tinggi. Maka tentukanlah harga bagi kami. "Rasulullah menjawab" Allah yang menentukan harga yang maha penahan, yang Maha pelepas dan Maha pemberi rezeki. Dan aku berharap semoga ketika aku betemu Allah dan tidak seorangpun yang menuntut aku dengan satu kedzaliman dalam masalah dan harta dan darah. Pada penentangan Abu Yusuf terhadap penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah didasarkan pada kekhawatiran bahwa harga menjadi tidak normal dan tidak sesuai dengan kondisi alamiah di pasar.²⁶

2) Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar), maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan menapat prioritas pengadaan. Akibatnya, penawaran meningkat dan ini berarti turunya harga. Ibnu Khaldun juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan

²⁶ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Grahailmu, 2013, h. 170

permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari harga berupa emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harga semakin tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.²⁷

3) Penetapan Harga Menurut Al-Ghazali

Al-Ghazali pernah berbicara mengenai harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik dipasar, sebuah konsep yang kemudian hari dikenal sebagai *at-tsmanal' adil* (harga yang adil) dikalangan ilmuan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) di kalangan ilmuan kontemporer. Al-Ghazali juga memperkenalkan teori permintaan dan penawaran, jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah dan harga

²⁷ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPF, 2004, h.361

dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang di pasar.²⁸

Tidak ada batas tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan oleh kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Terkadang makanan berlimpah tetapi tetap mahal dan terkadang makan sangat sedikit tetapi murah”. Dari pernyataan ini masyarakat kala itu bahwa penawaran bukanlah satu-satunya faktor penentu harga. Beliau mengungkapkan ada berbagai faktor lain yang terkait dalam mempengaruhi tingkat harga. Faktor lain sedikit dibahas dalam pandangan Al-Ghazali di beberapa paragraf dalam tulisanya: “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah”.

Al-Ghazali mengakui bahwa adanya faktor permintaan yang akan mempengaruhi harga selain faktor produksi. Pada konsep elastitas permintaan yang dituliskannya “mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan

²⁸ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed.3, Cet. Ke-2, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, h. 290

volume penjualan dan ini pada gilirannya dan meningkatkan keuntungan”.

Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis. Dimana etika ini diturunkan dengan nilai-nilai pada Islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi.

4) Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah

Dua tema yang seing kali terjadi dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga: Kompensasi yang setara (*'iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*). Dia berkata”kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan inilah esensi keadilan (*nafs al'adl*)”. Dimanapun, ia membedakan antara dua jenis harga yang tidak adil dan harga yang dilarang. Harga yang setara merupakan harga yang adil, jadi dua kata adil dan setara digunakan saling mengganti.²⁹

²⁹ A.A.Islahi, *Konsepsi Ekonomi IBNU TAIMIYAH*, diterjemahkan H. Anshari Thoyib, Surabaya: Bina Ilmu 1997, h.92

Konsep Ibnu Taimiyah tentang kompensasi yang adil, muncul ketika membongkar masalah moral atau kewajiban hukum terkait dengan masalah itu, barangkali (meskipun tak terlalu penting) berkaitan dengan barang-barang. Bagi Ibnu Taimiyah terkait dengan kasus-kasus berikut:

- a. Ketika seseorang harus bertanggung jawab karena membahayakan orang lain atau merusak harta atau keuntungan.
- b. Ketika seseorang mempunyai kewajiban untuk membayar kembali sejumlah barang atau keuntungan yang setara atau membayar ganti rugi terhadap luka-luka sebagian orang lain.
- c. Ketika seseorang dimintai untuk menentukan akad yang rusak (*al-'uqud al-fasidah*) dan akad yang *shahih* (*al-'uqud ash-shahihah*), di dalam peristiwa yang menyimpang dalam kehidupan dan hak milik.

Prinsip umum yang sama berlaku pada pembayaran iuran kompensasi dan kewajiban finansial lainnya. Misalnya:³⁰

- a) hadiah yang diberikan Gubernur kepada orang-orang muslim untuk anak-anak yatim dan wakaf.

³⁰ Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung:CV Pustaka Setia, 2010, h.254

- b) Kompensasi oleh agen bisnis yang menjadi wakil untuk melakukan pembayaran kompensasi.
- c) Pemberian upah oleh atau kepada rekan bisnis (*al-musyarik wa al-mudharib*).

Selain itu menurut Ibnu Taimiyah menyatakan: “Naik dan turunnya harga tak selalu berkaitan dengan kezaliman (*zulm*) yang dilakukan seseorang. Sesekali, alasannya adalah harga adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. Jadi, jika membutuhkan peningkatan jumlah barang, sementara kemampuannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik. Di sisi lain, jika kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaannya menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Bisa saja berkaitan dengan sebab yang tak melibatkan ketidakadilan. Atau sesekali bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha Besar Allah, yang menciptakan kemauan pada hati manusia.

Ungkapan ini menunjukkan bahwa ada kebiasaan yang berlaku di zaman Ibnu Taimiyah bahwa kenaikan harga sering kali diakibatkan oleh ketidakadilan para pelaku pasar. Pandangan ini ditolak oleh Ibnu Taimiyah dengan mengungkapkan bahwa kenaikan harga tidak

selamanya disebabkan *zulm* (ketidakadilan). Ada faktor lain yang mempengaruhinya yakni kekuatan pasar antara *supply dan demand*.

E. Regulasi Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Penetapan (regulasi) harga dikenal dalam dunia fiqh dengan istilah *tas'ir* yang berarti, menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan dimana tidak mendzalimi pemilik barang dan pembelinya.

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, dalam artian tidak ada pihak yang terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lainnya. Dalam hal harga, para ahli fiqh merumuskan sebagai *the price of the equivalent*.

Perbedaan pandangan tentang regulasi harga bersumber pada perbedaan penafsiran terhadap hadits Nabi yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik mengatakan:

Harga mahal pada zaman Rasullullah saw, maka para sahabat berkata: wahai Rasululllah, harga mahal maka tentukanlah harga untuk kita, maka beliau bersabda: sesungguhnya ia adalah

penentu harga, penahan, pencurah, pemberi rizki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal arah dan harta. (Ibnu Majah, Abu Dawud). Ibnu Qudamah: “di dalamnya menunjukkan penentuan harga adalah *mudzlim*. Dan jika *zalim* maka haram”. (*Aunul Ma'bud*)

Ibnu Qudamah, memberika dua alasan tidak diperkenankannya *tas'ir*:

- a. Rasulullah tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkan hal itu.
- b. Regulasi harga adalah sebuah ketidakadilan yang tidak dilarang. Memiliki hak untuk menjual pada harga berapapun, asal ia bersepakat dengan pembelinya.

Menurut pendapat yang disampaikan oleh Asy-Syaukani menyatakan bahwa: “Dan sesungguhnya manusia berkuasa atas harga mereka, maka *tas'ir* adalah pembatasan bagi mereka. Imam dituntut untuk menjaga mashlahat muslimin. Memperhatikan mashlahat pembeli dengan menentukan harga rendah tidaklah lebih utama dari memperhatikan mashlahat penjual dengan harga yang sangat tinggi. Dan jika kedua perkara ini bertemu haruslah diserahkan kepada ijtihad mereka masing-masing”.

Walaupun Islam telah menganjurkan penggunaan mekanisme pasar jauh sebelum Adam Smith menulis, tetapi harus

diketahui bahwa adakalanya pemerintah boleh menggunakan kebijakan penetapan harga dalam kondisi-kondisi khusus, terutama jika itu dipandang lebih adil. Menurut Ibnu Taimiyah mengatakan: *Tas'ir* ada yang *zalim* itulah yang diharamkan, dan ada pula yang adil itulah yang dibolehkan.

BAB III

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

1. Sejarah Desa Sengon

Pada zaman dahulu sekitar abad 15 M, di wilayah yang terkenal dengan sebutan desa sengon hidup seorang ahli agama Islam dimana pada saat itu masyarakat masih menganut agama Hindu dan Budha, disamping aliran kepercayaan animisme dan dinamisme. Ahli Islam tersebut sekarang terkenal dengan nama mbah nurrohman, ahli agama Islam atau terkenal dengan Syekh, dengan sabar dan tekun membimbing masyarakat menuju jalan syariat Islam. Mbah Nurrohman mempunyai murid dan sama-sama berjuang membimbing masyarakat atau istilah setempat “angon” sehingga terkenal dengan desa atau daerah yang ada syekh yang angon atau disingkat “Sengon”. Kehidupan masyarakat berkembang sampai terbentuk sebuah desa di zaman hindia belanda dengan kepala desa pertama yang bernama “Tjaswad” yang berkuasa sekitar tahun 1914-1947”.

2. Profil Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

Kita tahu bahwa pemerintah yang terendah didalam struktur pemerintahan di Negara kita adalah Desa, dalam

pertumbuhannya menurut sejarah menunjukkan potensi dan kemampuan yang sangat besar bagi ketahanan nasional pada seluruh kegiatan baik di bidang Ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya dan pertahanan keamanan. Desa Sengon berada dalam wilayah dan batas-batas yang didalamnya ada sejumlah penduduk. Desa Sengon memiliki wilayah kerja camat yaitu kecamatan Tanjung dan Kabupaten Brebes. Yang hal ini desa hak otonom yaitu berhak mengatur dan mengurus masyarakatnya sendiri dan tidak bertentangan dengan pemerintah di atasnya.

Secara geografis kondisi Desa Sengon terletak di Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes provinsi Jawa Tengah, desa yang produktif dan potensi sumberdaya alam yang belum banyak tergali terutama dibidang pertanian, infrakstruktur desa dan Olahraga.

a. Data Visi dan Misi Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes Tahun 2014-2019

1) **Visi**

a) Terciptanya pemerintahan Desa Sengon yang makmur dan sejahtera

2) **Misi**

a) Mewujudkan pemerintahan desa yang tertib dan berwibawa

b) Mewujudkan sarana desa yang memadai

- c) Memakmurkan perekonomian masyarakat
 - d) Menciptakan rasa aman, nyaman dan tentram kehidupan di Desa
 - e) Menciptakan sumberdaya manusia yang terampil dalam kelembagaan desa
- b. Tujuan dan sasaran Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes Tahun 2014-2019
- 1) **Tujuan**
- a) Terwujudnya kegiatan pemerintahan desa Sengon yang tertib dan lancar
 - b) Terwujudnya tata pemerintahan yang tertib dan baik
 - c) Terwujudnya sarana jalan yang dapat mendukung perekonomian Desa
 - d) Terwujudnya sarana irigasi pertanian untuk peningkatan hasil pertanian masyarakat Desa
 - e) Terwujudnya sarana sanitasi lingkungan Desa yang baik
 - f) Terwujudnya sarana dan prasana pendidikan
 - g) Meningkatkan usaha ekonomi produktif warga
 - h) Meningkatkan pasar produksi warga
 - i) Terwujudnya sistem keamanan di Desa
 - j) Terwujudnya kesehatan masyarakat Desa

- k) Terwujudnya generasi muda yang trampil dan berakhlak baik
- l) Terwujudnya kelompok perempuan yang aktif dan mandiri

2) **Sasaran**

- a) Tersedianya aparatur Desa yang siap melayani masyarakat
- b) Terwujudnya kantor Desa yang dapat melayani masyarakat Desa
- c) Tersedianya data dan informasi Desa
- d) Tersedianya perencanaan pembangunan Desa
- e) Lancarnya pengangkutan hasil pertanian
- f) Peningkatan perekonomian di Desa
- g) Tersedianya saluran air lingkungan warga
- h) Terbentuknya kelompok petani pemakai air yang rukun dan bersahaja
- i) Tersedianya air lingkungan warga
- j) Terbentuknya komunitas kebersihan lingkungan
- k) Semua warga bisa mengenyam pendidikan formal
- l) Terselenggaranya pelatihan usaha produksi rumah tangga Desa
- m) Terbinanya kelompok usaha industri rumah tangga Desa
- n) Terkelolanya Pasar Desa yang baik

- o) Tersalurkannya hasil industri rumah tangga
 - p) Berjalannya sistem keamanan lingkungan Desa
 - q) Tersedianya personil perlindungan masyarakat yang dapat melindungi warga Desa
 - r) Generasi muda yang siap melanjutkan pembangunan
 - s) Terciptanya Generasi muda yang Terampil
 - t) Berjalannya organisasi kelompok wanita
 - u) Menciptakan kreatifitas yang baik kelompok wanita
3. Keadaan Geografis dan Topografis Desa
- a. Ditinjau dari geografis, desa Sengon merupakan daerah dataran, dengan tinggi permukaan air laut kurang lebih 3 M. Dengan permukaan tersebutlah, maka tanahnya sangat berpotensi dan produktif terutama untuk daerah pertanian bawang merah.
 - b. Ditinjau dari Topogafi, desa Sengon merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.
4. Batas Wilayah Administratif
- Desa Sengon memiliki batas-batas wilayah dengan tetangga, diantaranya sebagai berikut:
- Sebelah Utara : Desa Tanjung dan Desa Lemahabang
Sebelah Timur : Desa Kemurang Kulon dan Desa Tegongan
Sebelah Selatan : Kecamatan Kersana

Sebelah Barat : Desa Sidakaton dan Desa Luwungbata

Desa Sengon memiliki Orbitrasi atau jarak dari pusat pemerintahan, meliputi:

Jarak dan Ibu Kota Kecamatan : 2 Km

Jarak dari Ibu Kota Kabupaten : 25 Km

Jarak dari Ibu Kota Provinsi : 262 Km

Jarak dari Ibu Kota Negara : 333 Km

Desa Sengon memiliki jumlah dusun/lingkungan, Rt dan Rw, sebagai berikut:

Jumlah Rt/Rw : 57/9

Data profil desa : 3

Selain memiliki batas wilayah administratif, jarak orbitrasi dan pembagian jumlah dusun, Desa Sengon juga memiliki profil Desa singkat, yaitu:

Status : berkembang

Potensi : Tinggi

klasifikasi : Swakarya Madya

Tipe :Tani dan Pedagang

5. Kondisi Demografi

a. Jumlah Penduduk

Jumlah desa ada dan terbentuknya karena adanya masyarakat dan adanya manusia yang saling berinteraksi dalam waktu yang lama. Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Itu semua bisa

menimbulkan perubahan-perubahan yang terjadi didalam suatu masyarakat itu. Salah satunya adalah komposisi dalam jumlah kependudukan.

Jumlah penduduk Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes Adapun jumlah penduduk Desa Sengon adalah 15.509 jiwa (5.650 KK) dengan perincian laki-laki 7.767 jiwa, perempuan 7.742 jiwa, sedangkan jumlah rumah tanga miskin 1.443 RTS (Rumah Tangga Sasaran). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah laki-laki.¹

b. Kondisi Ekonomi

Keadaan ekonomi merupakan salah satu faktor yang sangat penting, karena masalah ekonomi tidak lain dari pada penjelmaan dari keinginan untuk mempertahankan hidup manusia. Dengan jalan bekerja dan berusaha dalam bentuk bahan material untuk mewujudkan segala kebutuhan hidup dan kehidupan manusia. Demikian juga halnya masyarakat desa Sengon yang perkembangan ekonominya adaah bervariasi yaitu menengah keatas sedang dan menengah kebawah. Sebagian besar masyarakat desa Sengon adalah hidup

¹ Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Desa (LPPD), Tahun anggaran 2014, h. 5

hasil bertani dan masyarakat desa Sengon ada berbagai macam pegawai atau pekerjaan lainnya.

Data di atas menggambarkan bahwa penduduk Desa Sengon dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memiliki profesi yang beraneka ragam. Secara terperinci, jenis profesi penduduk masyarakat Desa Sengon tergambar dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1

Jenis Mata Pencarian Penduduk Masyarakat Desa
Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	Petani tanaman Pangan	429 Orang
2	Petani Ternak	27 Orang
3	Buruh Tani	3.630 Orang
4	Nelayan	10 Orang
5	Buruh Industri/Pabrik	784 Orang
6	Buruh Bangunan	1.573 Orang
7	Pedagang	1.573 Orang
8	Pekerja Negeri Sipil	67 Orang
9	Tentara/Polisi	7 Orang
10	Pekerja Angkutan	57 Orang
11	Pensiunan/ Purnawirawan	79 Orang
12	Pegawai	105 Orang

*Sumber data: Monografi Desa Sengon Kecamatan
Tanjung Kabupaten Brebes²*

² Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan tahun 2015
h 7-19

Tabel di atas menunjukkan bahwa profesi masyarakat Desa Sengon didominasi oleh buruh tani, hal ini karena wilayah ini sangat produktif untuk pertanian maka banyak masyarakatnya yang berprofesi sebagai petani maupun buruh tani. Kehidupan masyarakat yang beriringan dengan alam dan kondisi masyarakat yang secara turun temurun mewarisi keahlian bidang pertanian membuat masyarakat baik secara sadar maupun tidak sadar menurunkan ilmu pertanian pada generasi penerusnya seperti budaya yang diwariskan kepada keturunan secara turun temurun sehingga masyarakat yang lebih mahir dalam bidang pertanian dan bidang lainnya. Terlepas dari hal ini, secara umum aspek mata pencaharian masyarakat Desa Sengon terangkum dalam beberapa aspek sebagai berikut:

1) Pertanian

Kondisi tanah yang subur dan luas area tanah terbanyak di Desa Sengon adalah sawah. Membuat kawasan ini sangat potensial untuk aktifitas pertanian. Salah satunya adalah bawang merah yang menjadi icon kabupaten Brebes dan juga padi sebagai *supply* pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat.

Disamping bercocok tanam padi dan bawang merah, masyarakat setempat menggunakan lahan

untuk menanam cabe, kacang panjang, ubi dan jagung sebagai selingan(sela dalam masa tanam bawang merah dan padi). Untuk itu, produktifitasnya belum dapat diketahui secara pasti.

Dari aspek pertanian ini, masyarakat dapat berprofesi sebagai petani, buruh tani dan juga usaha pembibitan tanaman atau yang biasa di kenal dengan budidaya pengolahan hasil tanaman. Kegiatan budidaya di Desa Sengon Kecamatan Tanjung ini dimulai dari pengolahan tanah, pemupukan, penanaman, dan pemeliharaan tanaman. Pembibitan merupakan salah satu kegiatan diluar usaha tani, yang menjadi kegiatan rutin petani setelah panen. Biasanya hasil pertanian ini diarahkan sebagai bahan penanaman bawang yang akan datang.³

2) Petani Ternak

Jenis ternak di Desa Sengon adalah ternak kambing, sapi dan lainnya. Disamping itu juga diusahakan ternak unggas seperti ayam ras, ayam kampung dan itik.

³ Wawancara dengan Bapak Madraib, Seksi Pelayanan kelurahan Desa Sengon, Pada Tanggal 15 Oktober 2019 pukul 08.35 WIB

3) Aspek Industri Perdagangan dan Jasa

Dilihat dari aspek industri, sebagaimana masyarakat Desa Sengon berprofesi sebagai buruh baik itu sebagai buruh pabrik maupun buruh bangunan, sedangkan dalam aspek jasa masyarakat Desa Sengon Kecamatan Tanjung ini berprofesi sebagai pekerja angkutan dan lain-lain. Adapun dalam industry dagang, masyarakat berprofesi sebagai pedagang kelas menengah kebawah. Misalnya pedagang bakso, pedagang ikan, warung, toko dan lain-lain.

4) Lain-lain

Masyarakat yang biasanya berprofesi sebagai PNS, Pensiunan, TNI/Polri, dan lain-lain.

c. Keadaan Sosial

1) Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan hal terpenting dalam pembangunan suatu daerah karena peningkatan pendidikan dapat meningkatkan kualitas dan mutu sumber daya manusia (SDM) itu sendiri sehingga dapat meningkatkan kemajuan suatu daerah. Pendidikan juga merupakan proses sosial, investasi jangka panjang yang melibatkan kegiatan pembudayaan dan pemberdayaan anak didik. Proses

belajar mengajar melibatkan guru, dosen, dan professor atau siapa saja secara langsung dan tidak langsung mempunyai kepentingan untuk mencerdaskan kehidupan keluarga dan bangsa. Berikut Sarana Pendidikan yang ada di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes antara lain:

- a) TK/ PAUD
- b) SD/MI
- c) MTS
- d) MA

Adapun fasilitas sarana olahraga sebagai berikut:

- a) Lapangan sepak bola: 2 buah
- b) Terdiri dari 6 klub sepak bola
- c) Lapangan Badminton: 3 buah
- d) Lapangan Volly Ball: 1 buah (terdiri dari 3 klub)

6. Adat/ Budaya

Kebudayaan adalah cara hidup yang dibina oleh suatu masyarakat dalam penjumlahan atau akumulasi semua obyek materil pola organisasi kemasyarakatan, cara tingkah laku pengetahuan, kepercayaan dan lain-lain yang dikembangkan dalam pergaulan hidup manusia.

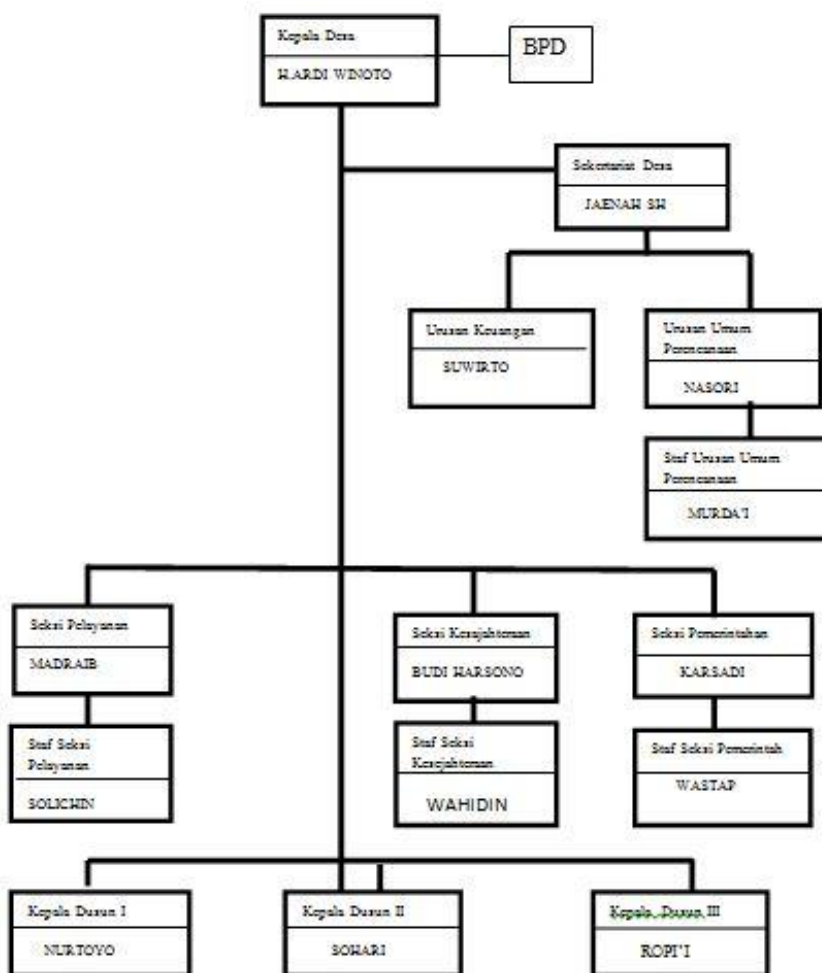
Kebudayaan yang diturunkan kepada generasi berikutnya itu dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan:

- a. Kebiasaan, yaitu: cara yang sudah menetap dan umum untuk melakukan sesuatu, dan sudah diakui oleh masyarakat.
- b. Adat, yaitu cara tingkah laku dalam masyarakat yang diberi sanksi dan dianggap sebagai cara tetap dan baik.
- c. Upacara peribadatan, yaitu suatu rangkaian gerak dan perkataan yang dilakukan oleh orang-orang tertentu dengan para var simbolik perkataan tertentu dengan cara-cara yang mempunyai arti.⁴

Budaya masyarakat Desa Sengon biasanya yang berlaku setiap harinya, menggunakan adat-budaya lokal seperti kerja bakti, gotong royong, kerjasama antar tetangga/ lingkungan, dan lain sebagainya.

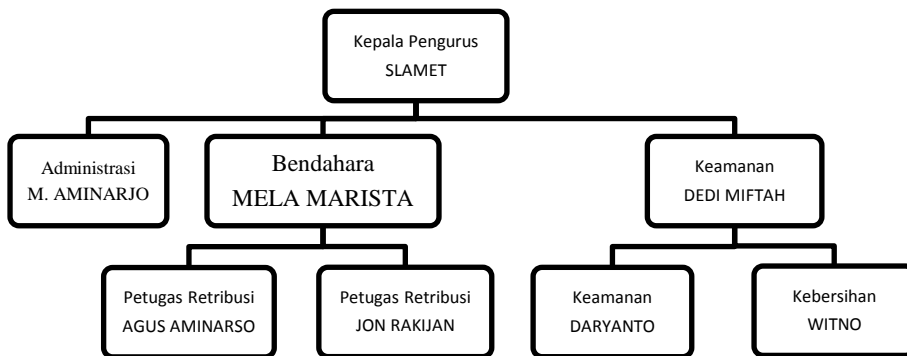
⁴Satrio Hudi Asrori, *Pengertian Desa, Tipologi: Karakteristik Desa*, dalam <https://www.academia.edu/9059597>, diakses pada Senin, 21 Oktober 2019 Pukul 8.00 WIB

SUSUNAN ORGANISASI TATA KERJA PEMERINTAH DESA
SENGON KECAMATAN TANJUNG KABUPATEN BREBES



Sumber data: Profil Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

B. STRUKTUR ORGANISASI PENGURUS BAWANG MERAH DI DESA SENGON KECAMATAN TANJUNG KABUPATEN BREBES



Sumber: Dokumentasi Kantor Pengurus Bawang Merah Desa Sengon Kecamatan Tangjung Kabupaten Brebes Tahun 2018-2019

Tugas dan tanggung jawab Pengurus Bawang Merah Desa Sengon Kecamatan Tangjung Kabupaten Brebes sebagai berikut:

a. Rapat Anggota

Rapat anggota adalah rapat tahunan yang diikuti oleh para pendiri dan anggota penuh (anggota yang telah menyetor uang simpanan pokok simpanan wajib) Desa Sengon Kecamatan Tangjung Kabupaten Brebes, yang berfungsi untuk:

- 1) Merumuskan dan menetapkan kebijakan-kebijakan yang sifatnya umum dalam rangka pengembangan pengurus Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tangjung

- 2) Mengangkat dan memberhentikan pengurus organisasi di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes
- 3) Menerima atau menolak laporan perkembangan Pengurus Organisasi Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

b. Pengurus

Secara umum fungsi dan tugas pengurus adalah:

- 1) Menyusun kebijakan pengurus organisasi Bwang Merah Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes yang telah ditetapkan dalam rapat pengurus.
- 2) Menyusun rencana kerja sesuai dengan keputusan rapat anggota
- 3) Melakukan pengamatan terhadap operasional pengurus organisasi Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes agar bergerak dan berjalan sesuai dengan tujuan.
- 4) Melaporkan perkembangan pengurus organisasi Desa Sengon Kecamatan Tanjung pada para anggota dalam rapat anggota.

Kepengurusan organisasi Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes terdiri dari Ketua, Bendahara, petugas Retribusi, Keamanan dan kebersihan. Fungsi dan tugas masing-masing jabatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ketua

- a. Memimpin rapat anggota dan rapat pengurus

- b. Melakukan pembinaan dan arahan kepada para pedagang di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes
- c. Memimpin anggota pengurus
- d. Melihat dan mengenai perkembangan yang berada pada penjualan Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes.
- e. Menjalankan tugas-tugas yang diamanah oleh Ketua Pengurus Bawang Merah Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes guna mencapai suatu tujuan.

2. Administrasi

- a. Membuat dan memelihara berita acara yang asli dan lengkap dari rapat anggota.
- b. Bertanggungjawab atas pemberitahuan kepada anggota sebelum rapat diadakan
- c. Memberikan catatan-catatan keuangan pada pengurus organisasi Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes
- d. Memverifikasi dan memberikan saran kepada ketua tentang berbagai situasi dan perkembangan pada Desa Sengon

3. Bendahara

- a. Memegang keuangan para anggota di dalam kepengurusan organisasi Bawang Merah

- b. Membuat dan mengadakan perhitungan anggaran dana dari Desa Sengon
- c. Bertanggung jawab mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi pengelolaan dana oleh pengelola.

4. Petugas Retribusi

- a. Perencanaan operasional kegiatan pengelolaan organisasi pengurus Bawang Merah yang berada di Desa Sengon Kecamatan Sengon Kabupaten Brebes
- b. Pengelolaan kegiatan jual beli bawang merah di Desa Sengon
- c. Pengendalian, evaluasi dan pelaporan kegiatan pengelolaan pengurus Bawang Merah di Desa Sengon
- d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan kepala dinas, sesuai bidang dan tugasnya masing-masing⁵

5. Keamanan

- a. Menjaga hal-hal yang tidak diinginkan baik oleh petani, tengkulak, pengecer, pengepul dan pedagang pada saat jual beli Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes
- b. Menjaga ketentraman dan kenyamanan
- c. Melaporkan kepada pimpinan organisasi bawang merah apabila terjadi hal-hal yang berkaitan tentang jual beli

⁵ Wawancara dengan Bapak Agus Aminarso, Petugas Retribusi Desa Sengon, Pada Tanggal 15 September 2019, Pukul 09.35 WIB

bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes

6. Kebersihan

- a. Menjaga lingkungan dan kebersihan disekitar penjualan bawang Merah di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes
- b. Menciptakan kenyamanan pada saat membeli bawang merah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

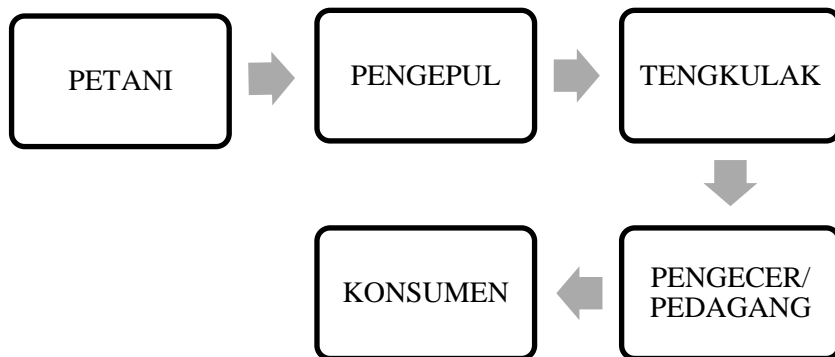
A. Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

Dalam bab ini akan dibahas beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian. Data-data yang diperoleh dari pengamatan hasil wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana telah peneliti deskripsikan analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan wawancara telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon, Kecamatan Tanjung Brebes. Sesuai dengan data yang diperoleh harga memegang peranan yang penting dalam pemasaran itu bagi penjual maupun pembeli. Harga suatu produk haruslah menutupi biaya produksi dan pemasaran barang tersebut.

Berdasarkan observasi secara langsung dan hasil wawancara dengan pedagang Bawang Merah di Desa Sengon Tanjung Brebes dengan pedagang bawang merah. Dari hasil observasi, peneliti dapat mengetahui sistem penetapan harga bawang merah yang berlangsung dipenjualan Bawang merah tersebut. Dari hasil wawancara, peneliti dapat mengetahui sistem penetapan harga bawang merah yang berlangsung di Desa Sengon

dan masih banyak pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada pedagang bawang merah, sehingga peneliti untuk menganalisa dan membahas apakah penetapan harga yang berlangsung sesuai dengan Perspektif Islam.

Tabel Rantai Pemasaran Bawang merah dari petani sampai ke konsumen



1. Petani

Petani merupakan perorangan yang melakukan pengolahan tanah yang ditanami bawang merah untuk menghasilkan produk dalam jumlah yang lebih banyak. Seorang petani bernama bapak Suhali, beliau menjelaskan bahwa dalam jangka pendek harga hasil-hasil pertanian di desa Sengon cenderung mengalami fluktuasi yang terkadang cukup tajam. Dimana harga bawang merah dengan mencapai harga yang sangat tinggi ketika jumlah bawang merah yang

dihasilkan lebih banyak seperti pada saat Panen Raya atau Panen Bawang Merah yang biasanya menghasilkan setahun 2 kali.¹ Hal ini menyebabkan perubahan yang sangat besar terhadap tingkat harga apabila permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Fluktuasi harga bawang merah menjadi salah satu penyebab berkurangnya keuntungan petani bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. Fluktuasi harga bawang merah disebabkan terjadinya over supply akibat panen raya, masuknya harga bawang impor serta peran tengkulak harga bawang merah terjadi menjadi dua yaitu di tingkat hulu yang mempengaruhi produksi. (pupuk, iklim, obat dll) dan tingkat hilir yang mempengaruhi pemasaran (faktor musim dan tengkulak)

Berdasarkan data Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes harga pada bulan Agustus harga bawang merah sekitar Rp 12.000-20.000 sementara harga pada bulan September sekitar Rp 10.000-12.000, pada bulan Oktober 2019 harga Rp 15.000-Rp 20.000. pada hasil bawang merang selama tiga bulan terakhir mengalami fluktuasi artinya harga selalu berubah-ubah setiap bulan bahkan setiap hari. Rendahnya pendapatan yang diterima petani ditengarai karena rendahnya

¹ Wawancara dengan Bapak Suhali, Petani Bawang Merah Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes, Pada Tanggal 14 Oktober 2019, Pukul 09.15 WIB

posisi tawar (*bergaining power*) petani dibandingkan aktor lainnya. Padahal petani adalah aktor kunci, yang mengupayakan operasionalisasi proses produksi hingga menghasilkan produk (bawang merah) yang diinginkan, faktanya justru sering sekali kali ditekan dalam negosiasi harga dan mendapatkan keuntungan yang rendah. Banyak faktor yang mengakibatkan rendahnya posisi tawar petani seperti kurangnya akses informasi harga pasar dan minimnya penguasaan teknologi.

Struktur biaya dan Harga dari Petani

Struktur Biaya	Harga jual pada petani
a. Biaya pengadaan bibit	a. Ekspektasi keuntungan
b. Biaya pemeliharaan lahan	b. Harga tertinggi tergantung musim hujan
c. Biaya pupuk	c. Harga terendah tergantung musim raya panen
d. Biaya obat anti hama	d. Harga jual pada perantara
e. Biaya tenaga kerja	
f. Biaya transportasi	
g. Biaya penyimpanan dan biaya dll	

2. Pengepul

Merupakan pelaku rantai pasok bawang merah yang menghubungkan antara petani bawang merah dengan rantai berikutnya dan melakukan pembelian hanya dari petani.

Pengepul memperoleh pasokan dari petani bawang merah untuk konsumsi dari petani melalui sistem tebasan. Menjelang musim panen, pengepul mengunjungi beberapa lahan petani untuk melakukan tawar-menawar dan memperkirakan produksinya. Setelah tercapai kesepakatan harga antara pengepul dan petani maka pembayaran yang dilakukan secara tunai paling lama dua hari dan terkadang saat itu juga. Seluruh biaya tenaga kerja dan pengangkutan ditanggung pengepul. Hasil panen diangkut menggunakan kendaraan roda empat untuk selanjutnya dijemur 1-7 hari (tergantung cuaca), selanjutnya dilakukan pembersihan dan sortasi. Biasanya pengepul dibawa ke luar daerah kabupaten Brebes. Tujuan pemasaran ini adalah pengepul biasanya menjual kepada tengkulak

Struktur biaya dan Harga Jual Pengepul

Struktur Biaya	Harga Jual pada Pengepul
a. Harga kulakan dari petani	a. Harga tertinggi pada musim lebaran
b. Biaya tenaga kerja	b. Harga terendah pada panen raya
c. Biaya transportasi	
d. Biaya penyimpanan	c. Harga jual pada pedagang besar

3. Tengkulak

Tengkulak merupakan rantai pasok yang menghubungkan pedagang pengepul dengan tengkulak di desa Sengon Kecamatan Tanjung. Tengkulak bekerjasama dengan pengepul untuk memasok kebutuhan di luar kabupaten Brebes dalam jumlah besar. Kerjasama yang dijalin dengan pelanggan berupa kesepakatan secara lisan dalam menjalin hubungan langganan guna kelancaran dan kemudahan dalam memperoleh pasokan bawang merah. Upaya tengkulak dalam menjalin kerjasama maka koordinasi secara berkelanjutan menjadi kunci sukses dalam kelancaran aliran produk, finansial dan aliran informasi baik pengepul maupun tengkulak. Hambatan dihadapi oleh tengkulak biasanya keluar masuknya pasar cukup tinggi dimana pada umumnya pengepul sangat terbatas ketika pada musim hujan.

Struktur biaya dan Harga Jual pada Tengkulak

Struktur Biaya	Harga Jual pada Tengkulak
a. Harga kulakan pada pengepul	a. Harga jual pada pedagang besar
b. Biaya tenaga kerja	
c. Biaya transportasi	

4. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran terakhir pada kegiatan rantai pasok bawang merah konsumsi, baik tingkat lokal maupun non lokal. Harga yang dijual oleh pedagang eceran yaitu dengan harga yang terbentuk mekanisme pasar.

Struktur biaya dan Harga Jual pada Pedagang pengecer

Struktur Biaya	Harga Jual pada pengepul
a. Harga kulakan dari pedagang besar	a. Harga jual pada pedagang besar
b. Biaya tenaga kerja	
c. Biaya transportasi	

Perhitungan Harga Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

Pedagang bawang merah di Desa Sengon ini kebanyakan mengambil stok bawang merah dari pedagang pengumpul. Berikut harga bawang merah serta biaya-biaya dan harga bawang merah di Desa Sengon

Bawang merah

Harga 1 kg	Rp 20.000
Transport	Rp 2.000
Margin keuntungan 20%	<u>Rp 4.000</u> +

Jadi, harga jual Bawang merah 1 kg Rp 26.000

Dari perhitungan di atas bahwa, penetapan harga bawang merah di Desa Sengon ini diperoleh dari harga bawang merah yang ditambah dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang ditambah dengan margin keuntungan sebanyak 20% (dari harga beli) maka diperoleh harga jual bawang merah perkilonya.

Pada harga bawang merah selalu fluktuatif artinya harga perhari selalu berubah, dimana tergantung jumlah permintaan dan penawaran, hasil pertanian pada musim hujan dan kemarau.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Permintaan dan Penawaran Bawang Merah di Desa Sengon

Pada analisis permintaan dan penawaran bawang merah memberikan bantuan yang sangat berarti untuk memahami interaksi penjual dan pembeli di Desa Sengon sehingga dapat dipahami bahwa perubahan permintaan dan penawaran akan mempengaruhi perubahan harga bawang merah serta implikasi dari perubahan itu kepada petani dan produsen lainnya. Dengan demikian pemerintah dapat menentukan kebijakan untuk menstabilkan harga bawang merah dan pendapatan petani. Produksi bawang merah cenderung musiman karena dipengaruhi beberapa hal namun

permintaan dan penawaran sepanjang tahun cenderung merata sehingga seringkali akan menyebabkan terjadinya gejolak baik jumlah maupun harga karena adanya kesenjangan antara pasokan (*supply*) dan permintaan (*demand*).

2. Perubahan Penawaran Bawang Merah

Tingkat sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berada diluar kemampuan, para petani untuk mengendalikannya salah satunya yaitu faktor alam seperti perubahan iklim. Petani Desa Sengon mengungkapkan jika perubahan iklim atau cuaca pada saat hujan hasil pertanian bawang merah akan turun karena bawang merah yang dihasilkan tidak bagus ketika musim kemarau. Akibatnya produksi pertanian cenderung mengalami perubahan yang relatif besar kalau dibandingkan dengan produksi barang-barang industri. Walaupun harga bawang merah harganya meningkat namun jumlah yang sama masih tetap harus dikonsumsi. Sebaliknya pada waktu harga sangat merosot konsumsi tidak akan banyak bertambah karena kebutuhan konsumsi yang relatif tetap.

Dengan demikian harga pada bawang merah yang berada di Desa Sengon pada saat pertanian mengalami perubahan yang sangat besar maka penawaran mengalami perubahan. Penawaran bawang merah, produksi bawang merah dikurangi oleh faktor yang disebabkan bawang yang

diproduksi dengan keadaan basah sementara umumnya yang diperdagangkan adalah bawang merah yang kering.

Keputusan penetapan harga sebuah perusahaan di pengaruhi baik faktor internal maupun eksternal.² Sebagai berikut faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuandari perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, pertimbangan organisasi. Selanjutnya faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi pasar dan permintaan, biaya, harga, penawaran pesaing dan keadaan perekonomian.

B. Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes

Dalam penentuan harga jual, tidak semua faktor dijadikan dasar didalam penentuan harga jual, akan tetapi hanya beberapa faktor saja yang perlu dipertimbangkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, elastis permintaan, persaingan, tujuan perusahaan pengawasan pemerintah.

Keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi hak dari faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor

² Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2008, h. 440.

yang mempengaruhi penetapan harga tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Teori Permintaan

Ahli ekonomi membuat analisis yang sederhana yaitu dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani, pedagang, bahwa permintaan juga berpengaruh terhadap penetapan harga bawang merah, dikarenakan semakin rendah harga suatu barang semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut.

2. Teori Penawaran

Permintaan akan terwujud apabila para penjual akan menyediakan barang-barang yang dibutuhkan tersebut, bagaimana para penjual menyediakan dan menawarkan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Teori penawaran dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi harga suatu barang maka banyak pedagang yang menawarkan barang tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa, harga bawang merah mengalami naik turun. Hal tersebut dikarenakan besar kecilnya kebutuhan terhadap barang (bawang merah), ketika terjadi kenaikan harga pembeli mengurangi jumlah pembeliannya. Seperti yang dikatakan

oleh ibu Wati beliau mengatakan sering mengalami penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan.³

3. Kebijakan Harga

Keijakan harga merupakan kebijakan pemerintah guna menstabilkan harga yang terjadi di Desa Sengon yang sudah tak terkendali. Hal ini dapat mengakibatkan terganggunya kesejahteraan masyarakat.

Kebijakan pemerintah dalam hal ini, seorang petani, pedagang, tengkulak dimana harus membayar sewa tempat, membayar ke pihak dinas pasar dengan iuran kebersihan dll.

Di dalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan tergantung pada tujuan penetapan harga yang diinginkan tergantung pada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan diatas modal barang dagangan bagi usaha dagang.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan petani, pedagang, tengkulak bahwa yang digunakan pada desa Sengon adalah metode penetapan harga berdasarkan laba (*cost-plus Pricing Method*), diperjelas oleh bapak suhali

³ Wawancara dengan Ibu Wati, Pedagang Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, Pada Tanggal 10 Oktober 2019, Pukul 09.30 WIB

selaku petani harga yang kita tawarkan hasil dari jumlah pengeluaran meskipun untung sedikit.

Ibnu Timiyah menyatakan: besar kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan penawaran dan permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁴

Menurut Ibnu Timiyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurunkan akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun sehingga harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan pernyataan Bapak Suhali diatas, maka yang dilakukan petani pada hasil tani bawang merah yang ada di Desa Sengon dalam menetapkan harga dan tujuannya sudah sesuai dengan ekonomi Islam dimana pedagang tidak melakukan kezaliman terhadap pembeli dan tidak melakukan intervensi harga pada dagangannya. Pedagang bawang merah memberlakukan harga bawang merah yang berlaku. Pada petani bapak suhali pun sama menetapkan harga, tetapi sering

⁴ Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah*, Cairo: Darul Sya'b, 1976, h.24

kali petani yang untung sedikit. Meskipun itu harga yang berlaku dipasar merupakan tujuan yang mulia yaitu tidak ingin merusak harga pasaran demi kepentingan mereka.

Perhitungan margin yang didapat ibu Wati sebesar Rp 5.000 dan itupun tergantung harga pasar atau jumlah permintaan dan penawaran. Harga sewaktu berubah-ubah. Jika kata petani harga naik pada musim kering dan harga turun jika musim panen raya.⁵

Di dalam Islam keuntungan tidak ditentukan, akan tetapi pengejaran laba maksimum nampaknya terlalu bernafsu dan bertentangan dengan kode moral Islam. Namun, jika dengan ajaran lainnya yang menyatakan kita harus berupaya untuk mencapai kemuliaan akhirat, namun tidak melupakan kemuliaan di dunia.⁶

Bagi Al-Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman keselamatan diri dari pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebihan untuk menjadi motivasi pedagang. Namun, bagi Al-Ghazali keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak.

⁵ Wawancara dengan Ibu Wati, Pedagang Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, Pada Tanggal 10 Oktober 2019, Pukul 09.30 WIB

⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2007, h. 270-271

Menurut Ibnu Khaldun laba adalah selisih antara harga jual dengan harga beli yang diperoleh oleh pedagang. Namun, selisih ini tergantung pada hukum permintaan dan penawaran, yang menentukan harga beli melalui gaji dan menentukan harga jual melalui pasar. Pedagang hakikatnya adalah usahha untuk mencetak laba dengan menaikkan modal, dengan cara membeli barang pada harga rendah dan menjualnya pada harga yang tinggi.

Berdasarkan uraian di atas mengenai keuntungan dalam ekonomi Islam maka keuntungan yang didapat oleh pedagang bawang merah, yang hasil pertanian di Desa Sengon dengan melibatkan petani, pedagang/pengepul, tengkulak dan pengecer dimana harga jual bawang merah tergolong wajar karena tidak berlebihan bahkan tidak mencapai 50% dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan keuntungan tersebut juga diperoleh dari harga jual yang sama dengan harga di pasaran dan tidak merusak harga pasar.

Sudah menjadi hukum pasar, apabila permintaan tinggi harga akan naik. Tapi, untuk harga kebutuhan sayur mayur tersebut bersifat fluktuatif. Apabila permintaan turun, secara otomatis harga ikut naik. Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa sistem penetapan harga bawang merah yang berlangsung di Desa Sengon sudah sesuai. Karena pedagang bawang merah menetapkan harganya sesuai dengan pengeluaran, dan mengambil

keuntungan yang hanya 20% dan harga tergantung faktor permintaan dan penawaran. Keuntungan ini tidak merugikan bagi pembeli atau konsumen bawang merah dan pedagang juga tidak terzalimi.

Konsep keadilan menurut ekonomi Islam adalah dilarang melakukan *mafsadah*, dilarang melakukan transaksi *gharar*, dilarang melakukan transaksi *maisir*, dilarang melakukan transaksi *riba*. Empat hal ini adalah bentuk transaksi yang dilarang dalam Islam. Di dalamnya mengandung kedzaliman dan berujung kepada kerugian oleh pihak yang bertransaksi.⁷

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab adil adalah cerminan dari ajaran Islam. Secara umum harga yang adil ini tidak menimbulkan eksploitasi, tidak adanya penindasan kedzaliman, tidak merugikan salah satu pihak yang lain, harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjualan memperoleh keuntungan normal dan pembeli memperoleh manfaat setara dengan harga yang dibayarkan.

Bahwa harga yang berlangsung di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes, yang melibatkan petani, pengepul/pedagang, tangkulak dan pengecer sudah sesuai dengan

⁷ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: AMZAH, 2010, h. 136

konsep Islam. Pertama dalam konsep Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.

Selanjutnya setelah dianalisa peneliti bahwa penetapan harga yang berlangsung di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes cukup sesuai dengan konsep Islam, karena dari pihak pedagang diuntungkan dan dari pihak pembeli juga tidak dirugikan. Intinya kalau memang para pedagang tersebut rugi atau terdzalimi mereka akan berhenti berdagang bawang merah. Tapi kenyataan sekarang mereka masih berdagang walaupun harga naik. Hanya saja kenaikan barang membuat keuntungan berkurang.

Pedagang bawang merah yang sudah adil dalam berdagang ataupun dalam menerapkan harga. Karena pada Desa Sengon baik dari petani, pedagang, pengecer sudah adil terhadap pembeli yang tidak membedakan baik kerabat dekat atau keluarga, kepala pasar, maupun pejabat sekalipun. Dan adil disini adalah baik itu pedagang maupun penjual sama-sama tidak dirugikan. Artinya pada Bawang merah yang berada di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes sudah melakukan penetapan harga sesuai ekonomi Islam.

Menurut Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga jual yang dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib ditetapkan.⁸

Menurut Adhiwarman Karim bahwa penentuan harga yang dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela.⁹

Menurut Fendy Tjiptono penetapan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Selanjutnya dia mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan,

⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, h. 258

⁹ Karim, *Ekonomi...*, h. 236

sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).¹⁰

Adanya penetapan harga yang adil telah menjadi pelanggan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi perdagangan harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dan komitmen Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, tidak adanya kezaliman, tidak merugikan salah satu pihak dan menghitung pihak yang lain, dan harga mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Dalam penetapan harga bawang merah yang berlangsung di Desa Sengon Kecamatan Tanjung sudah adil dan sesuai menurut ekonomi Islam, hal ini bisa dibuktikan dengan melihat pedagang dalam menetapkan harga dan melihat tujuan dagangnya. Para petani, pedagang, tengkulak ikhlas sama ikhlas dan rela melepaskannya barang dan pembeli tidak terdzalimi antara kedua belah pihak.

Sesuai dengan Firman Allah surat An-Nisa ayat 29

¹⁰ Tjiptono, *Strategi...*, h. 154

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿١١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Seseungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”¹¹

Dari definisi tersebut jelaslah bahwa yang menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk/jasa dari para pengusaha/pedagang, oleh karena itu jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun banyak penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku dengan dzalim terhadap para konsumen.

Sesuai dengan firman Allah SWT bahwa pedagang yang didesa Sengon sudah adil dalam penetapan harga karena tidak ada pihak yang dirugikan atau terdzalimi, dan pedagang bawang merah mengambil keuntungan hanya 20% dari harga beli bawang merah yang ia beli dari petani, pengecer maupun tengkulak. Jelas sudah bahwa sesuai syariat Islam penetapan harga tersebut

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h.83

sebagai harga yang berlaku. Untuk keseimbangan harga di pasar dan menstabilkan permintaan dan penawaran barang.

Ibnu Taimiyah menyatakan: besar kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan penawaran atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Jadi titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada pada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak.

Selama kekuatan pasar berjalan rela sama rela tanpa ada yang melakukan distorsi, maka Rasulullah SAW menolak untuk melakukan *price intervention*.¹²

Menurut Ibnu Khaldun ketika barang-barang yang tersedia sedikit, harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, dan harga akan turun.

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa jika barang-barang yang tersedia di pasar-pasar sedikit, sedangkan barang tersebut diperlukan oleh banyak konsumen, maka harga akan naik. Sebaliknya bila transportasi antar kota lancar dan cepat sehingga jarak antar kota terasa dekat, dan perjalanan dapat

¹² Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, h. 240

dilakukan dalam keadaan aman, maka akan banyak barang impor yang masuk ke pasar-pasar sehingga barang yang tersedia banyak dan melimpah, akibatnya harga barang akan turun. Berikut ini adalah surat Az Zukhruf ayat 32:

أَهْمَرِ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ لَنْ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا
وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ
رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya: apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.¹³

Menjelaskan bahwa pada hakikatnya pembagian rezeki (*income*) masyarakat atau pendapatan perseorangan itu adalah dari Allah, karenanyamaka saat terpujilah orang yang pendapatannya berlebihan memberkan bantuan kepada orang yang kekurangan, yang miskin, karena yang memberikan bantuan adalah perantara saja, dari rezeki Allah untuk yang memerlukan.

Di dalam penetapan harga yang adil akan berubah suatu saat, melihat dari tersedianya barang-barang yang ada. Jadi dalam hal ini pemerintah harus menegakkan keadilan dan keseimbangan

¹³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an..., h. 491

pasar. Para pedagang lah menetapkan harga sesuai dengan permintaan dan penawaran produsen. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan permintaan.

Dengan dasar inilah maka suatu Hadist Rasulullah SAW telah menolak permintaan agar beliau menentukan harga karena beliau tidak mau/takut untuk mengambil hak orang tanpa hak. Seperti dalam hadis dibawah ini:

Dari Anas r.a telah berkata: telah naik harga barang dikota Madinah pada masa Rasulullah SAW, maka beberapa sahabat berkata: Ya Rasulullah! Telah naik harga barang-barang maka tetapkanlah harga untuk kami! Bersabda Rasulullah: bahwasanya Allah, dia meluaskan, dia yang memberi rezeki, bahwa sahnya saya berkehendak menyuruh saya untuk berlaku zalim pada darah dan harta orang. (diriwayatkan oleh para ahli hadist kecuali Nasa'I dan disahihkan oleh Ibnu Hibban).¹⁴

Dari kandungan hadist ini menjadi jelas bahwa Rasulullah telah memberikan petunjuk bahwa tidak dibenarkan menetapkan harga, karena dikhawatirkan akan mengambil hak orang lain tanpa hak. Ini menunjukkan betapa besarnya penghargaan Islam terhadap hak milik perseorangan. Dan kedua menunjukkan bahwa harga

¹⁴ Mochtar Efendi, *Ekonomi Islam (Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Qur'an dan Hadits)*, Palembang: Yayasan Pendidikan dan Ilmu Islam al mukhtar, 1996, h.71

adalah dibentuknya oleh pasar itu sendiri dan dengan kata lain didalam perekonomian Islam berlaku mekanisme pasar. Hal ini lahir 12 abad sebelum lahir Adam Smith, tokoh pendiri Ilmu Ekonomi di dunia ini, maka Nabi Muhammad dengan petunjuk Tuhan telah menetapkan dengan ajaran Islam. Rasulullah membiarkan harga bergerak menurut mekanisme pasar, karena pasar itu merupakan terbentuk dari kekuatan produksi yang ada dilimpahkan Allah kepada manusia, seperti musim tanam yang tidak subur yang mengakibatkan jumlah barang (*supply*) menjadi berkurang dan mahal. Oleh karena itu maka tidak adil kalau barang yang sedikit itu biaya produksinya tinggi harus ditetapkan harganya sehingga merugikan produsen.

Untuk mengenai harga pada bawang merah adalah dibentuk oleh pasar itu sendiri atau dengan kata lain didalam perekonomian Islam berlaku mekanisme pasar, karena pasar terbentuk dengan kekuatan produksi yang dilimpahkan Allah kepada manusia, seperti musim tanam yang tidak subur yang mengakibatkan jumlah barang (*supply*) menjadi berkurang dan mahal. Harga terbentuk oleh adanya permintaan dan penawaran. Pemerintah adalah sebagai pengendalian harga untuk menegakkan keadilan dan keseimbangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian dan Pembahasan dalam Skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Mekanisme Penetapan Harga Jual Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes adalah dengan mekanisme pasar yaitu dengan menggunakan metode penetapan berbasis biaya. Harga bawang merah dihitung dari biaya-biaya pengeluaran, baik produksi barang, transportasi dan lain sebagainya. Ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan dan hasil itulah harga bawang merah dijual. Harga bawang merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung ini tidak jauh beda dengan harga pasar tradisional di Kabupaten Brebes. Selain itu terdapat beberapa faktor yaitu faktor cuaca, iklim dan faktor permintaan penawaran.
2. Penetapan Harga Jual Bawang Merah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. Konsep penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam juga sudah sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Sunnah, maka pada saat pedagang menetapkan harga dengan pembeli, hal ini mereka tetapkan dengan saling ridha dan tidak saling menzhalimi, harganya sudah adil dan

mekanisme penetapan harganya berorientasi pada kesejahteraan. Dan dalam konsep Islam bahwa penentuan harga harus dilakukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, para pedagang hanya mengambil beberapa keuntungan. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa Islam tidak melarang berapapun keuntungan yang di dapat, tetapi jangan sampai terlalu bernafsu mengambil keuntungan, sehingga dapat merugikan atau memberatkan pihak pembeli.

B. Saran

Kepada pengepul, tengkulak dan pedagang bawang merah desa Sengon Kecamatan Tanjung brebes sebagai pelaku pasar harus tetap memperhatikan harga bawang merah yang mereka produksi agar sesuai ajaran Islam dan harga sama dengan yang ada dipasaran untuk menjaga mekanisme penetapan harga dan tidak membebani konsumen dengan harga tinggi.

Diharapkan dalam menentukan harga harus sesuai dengan ajaran Islam dan tetap berlaku adil. Dan yang paling penting adalah diharapkan kepada pemerintah untuk mengurangi impor barang untuk melindungi produk dalam negeri. Karena pada dasarnya Indonesia mampu untuk memenuhi kebutuhan produksi bawang merah, agar petani tidak menimbun bawang merah yang berakibat melonjaknya permintaan dan disinilah peran pemerintah sangat penting untuk menentukan kebijakan.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, dengan hidayah, inayah serta taufiq Allah SWT. Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan dan pembahasan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Hal ini tidak lain karena keterbatasan yang ada pada penulis, namun masih dengan rasa optimis penulis berharap akan adanya saran yang membangun.

Akhirnya tidak ada kata yang paling bijak kecuali Syukur Alhamdulillah atas segala karuniaNya. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan dapat memberikan sumbangan yang positif bagi khazanah ilmu pengetahuan, Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2010
- Adiwarman Azwar Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Ed.3. Cet. Ke-2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004
- Ahmad Takhlisul Umam. “*Pengaruh Harga Bawang Merah Terhadap Produksi Bawang Merah Di Jawa Tengah*”. Univesitas Negeri Semarang. 2015.
- Al-Arif dkk, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Ekonomi Islam. Cet.Ke-1*. Solo: Era Adicitra Intermedia. 2010
- Al-Arif, M.Nur Arianto dan Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana. 2010
- Alimin, dan Muhammad. *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPEF Yogyakarta. 2004
- Asman Yuliar. *Analisis Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga pada Pasar Oligopoli*. Jurnal Pemasaran, Vol. 13 No. 4. 2012
- Asrori, Satrio Hudi. *Pengertian Desa, Tipologi: Karakteristik Desa dalam* <https://www.academia.edu/9059597>
- Asyari. *Kamus Istilah Ekonomi Syariah*. Padang: PT. Al-Ma’arif. 2003
- Biatna Dulbert Tampubolon “*Analisis Faktor Gaya Kepeimpinan Dan Faktor Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Organisasi*

yang Telah Menerapkan Sni 19-9001-2001". Jurnal Standardisasi Vol. 9 No. 3. 2007

Christiani N. Soei, Christiani N., H. Sabijono., T. Runtu. *Penetapan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD. Sinar Sakti.* Jurnal EMBA Vol.2 No.3. 2014

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah.* Depok: Qur'an dan Tajwid. 2011

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya.* Surabaya: CV Jaya Sakti. 1989

Efendi, Mochtar. *Ekonomi Islam (Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Qur'an dan Hadits).* Palembang: Yayasan Pendidikan dan Ilmu Islam al mukhtar. 1996

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

Hasan Binjai, Abdul Halim. *Tafsir Al-Ahkam.* Edisi 1 Cet 1. Jakarta: Kencana. 2006

Huda, Nurul. *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis.* Cet-1. Jakarta: Kencana Prenamedia Grup. 2008

Islahi, A.A., *Konsepsi Ekonomi IBNU TAIMIYAH.* diterjemahkan H. Anshari Thoyib. Surabaya: Bina Ilmu. 1997

Jogiyanto. *metode Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2004

Kara, Muslimin. *Pengantar Ekonomi Islam.* Makassar: Alauddin Press. 2009

- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press. 2002
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Amzah. 2010
- Kothler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. 2008
- Laili Fuji Widayawati. "Rantai Nilai Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes Jawa Tengah", *Jurnal Inovisi* Vol. 12 No. 2. 2016
- Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Desa (LPPD). Tahun anggaran 2014
- Manan, M. Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa. 1997
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Mazahib*. Vol. IV, No. 1. 2007
- Muhammad. *Bisnis Syariah Persektif Muamalah dan Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan. 2007
- Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*. Cet. Ke-1. Yogyakarta: BPFE. 2004
- Narbuko, Abu Achmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Buka Aksara. 2009
- Nasruddin, Syaikh Muhammad. *Shahih At-Tagrhib Wa At-Tarhib (Hadits-hadits Shahih tentang Anjuran dan Janji Pahala, Ancaman dan Dosa)*. tim pustaka Sahifa. cet ke-2. Jakarta: Pustaka Sahifa. 2008

- Nurul Huda. *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*. Jakarta: Kecana. 2009
- Nuryadin, Muhammad Birusman. *Harga dalam Perspektif Islam*. Jurnal Vol. IV. No. 1 Juni 2007
- Pandi Pardian. Trisna Insan Noor, Acha Kusumah. “*Analisis Penawaran dan Permintaan Bawang Merah di Provinsi Jawa Tengah*”. Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Vol.1 No.2. 2016
- Pedoman Penyusunan dan Pendencygunaan Data Profil Desa dan Kelurahan tahun 2015
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gemalnsani. 1997
- Rivai, Vaitzal, Amiur Nurudin, dan Faisar Ananda. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2012
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksar. 2009
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016
- Secapramana, Verina H. *Model dalam Strategi Penetapan Harga*. Jurnal Unitas Vol. 9. No.10. 2001
- Sovi Nur Aisyah “*Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Arafah JL.Peruangan Cirbon)*”. Skripsi Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. IAIN Syekh Nurjati Cirebon. 2015
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonomisia. 2002

- Taimiyah, Ibnu. *Al-Hisbah*. Cairo: Darul Sya'ib. 1976
- Teguh Arifiyanto. “*Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren Sunan Pandangan Yogyakarta Dalam Perspektif Hukum Islam*”. Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga. 2004
- Tim penyusun. *Panduan Penulisan Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. 2018
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 1997
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers. 2009
- Wawancara dengan Bapak Agus Aminarso. Petugas Retribusi Desa Sengon, Pada Tanggal 15 September 2019
- Wawancara dengan Bapak Slamet, Kepala Pengurus Bawang Merah Desa
- Wawancara dengan Bapak Suhali, petani Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, Pada Tanggal 10 Oktober 2019
- Wawancara dengan Ibu Wati, Pedagang Bawang Merah di Desa Sengon Kecamatan Tanjung Brebes, Pada Tanggal 10 Oktober 2019
- Yulia, Imamudin. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: LPPP. 2000

LAMPIRAN







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Rosyidah
Tempat/tanggal lahir : Brebes, 17 Juli 1996
Alamat asal : Desa Tegalreja Rt01/Rw04 Kec. Banjarharjo
Kab. Brebes

Pendidikan :

- TK tahun 2002
- SD Negeri 01 Tegalreja tahun 2008
- SMP Negeri 02 Banjarharjo tahun 2011
- SMA Negeri 01 Banjarharjo tahun 2014
- D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang Tahun 2017
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2017

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

Semarang, 4 Desember 2019
Penulis,

Nurul Rosyidah
NIM. 1705026203