

BAB II

SISTEM LELANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Bentuk perjanjian jual beli telah berkembang demikian pesat sebagai usaha mencapai kebutuhan hidup manusia, kadangkala perjanjian itu tidak memenuhi ketentuan hukum yang berlaku, dan bahkan dapat terjadi ketimpangan. Begitu pula dengan lelang yang secara umum termasuk bentuk jual beli, karena tidak mustahil terjadi kecurangan terhadap hak orang lain bahkan kepentingan masyarakat pada umumnya. Untuk menanggulangi hal tersebut syariat islam telah memberikan pedoman untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

A. PENGERTIAN LELANG

Lelang termasuk salah satu bentuk jual beli, akan tetapi ada perbedaan secara umum. Jual beli ada hak memilih, boleh tukar menukar di muka umum dan sebaliknya, sedangkan lelang tidak ada hak memilih, tidak boleh tukar menukar di depan umum, dan pelaksanaannya dilakukan khusus di muka umum.¹

Jual beli menurut bahasa artinya “menukarkan sesuatu” sedangkan menurut *syara'* jual beli artinya “menukarkan harta dengan harta menurut cara-cara tertentu (*'aqad*)”.² Jual beli dalam Al-Qur'an merupakan bagian dari ungkapan perdagangan atau dapat juga disamakan dengan perdagangan. Pengungkapan perdagangan ini ditemui dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah, bai'* dan *Syiraa'*. Kata *التجارة* adalah mashdar dari kata kerja (*يتجر تجر*) yang berarti (*شراع dan باع*) yaitu menjual dan membeli.

Jual beli secara etimologis berarti pertukaran mutlak. Kata *al-bai'* (jual) dan *Asy-Syiraa'* (beli) penggunaannya disamakan antara keduanya, yang masing-masing mempunyai pengertian lafadz yang sama dan pengertian berbeda. Dalam syariat Islam,

¹Aiyub Ahmad, *Fikih Lelang Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*, Jakarta: Kiswah, 2004, hlm. 3

² Mohd. Rifai, *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, Semarang: CV. Toha Putra, t.th, hlm. 402

jual beli merupakan pertukaran semua harta (yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan) dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau dengan pengertian lain memindahkan hak milik dengan hak milik orang lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi³

Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa jual beli adalah suatu bentuk perjanjian. Begitu pula dengan cara jual beli dengan sistem lelang yang dalam penjualan tersebut ada bentuk perjanjian yang akan menghasilkan kata sepakat antara pemilik barang maupun orang yang akan membeli barang tersebut, baik berupa harga yang ditentukan maupun kondisi barang yang diperdagangkan. Dalam fiqih disebut *Muzayyadah*.⁴

Secara Umum Lelang adalah penjualan barang yang dilakukan di muka umum termasuk melalui media elektronik dengan cara penawaran lisan dengan harga yang semakin meningkat atau harga yang semakin menurun dan atau dengan penawaran harga secara tertulis yang didahului dengan usaha mengumpulkan para peminat.⁵ Lebih jelasnya lelang menurut pengertian diatas adalah suatu bentuk penjualan barang didepan umum kepada penawar tertinggi. Namun akhirnya penjual akan menentukan, yang berhak membeli adalah yang mengajukan harga tertinggi. Lalu terjadi akad dan pembeli tersebut mengambil barang dari penjual.

Jual beli model lelang (*muzayyadah*) dalam hukum Islam adalah boleh *mubah*. Di dalam *kitab Subulus salam* disebutkan Ibnu Abdi Dar berkata, "Sesungguhnya tidak haram menjual barang kepada orang dengan adanya penambahan harga (*lelang*), dengan kesepakatan di antara semua pihak.

³ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah, Jilid IV*, Bandung, 2006, hlm. 45

⁴ Imam Ash-Shan'ani, *Subulus Salam Juz. III*, Beirut : Darul Kutub Al-Ilmiyah, 1995, hlm. 23.

⁵ Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia. No. 304/KMK.01/2002

Menurut Ibnu Qudamah Ibnu Abdi Dar meriwayatkan adanya *ijma'* kesepakatan ulama tentang bolehnya jual-beli secara lelang bahkan telah menjadi kebiasaan yang berlaku di pasar umat Islam pada masa lalu. Sebagaimana Umar bin Khathab juga pernah melakukannya demikian pula karena umat membutuhkan praktik lelang sebagai salah satu cara dalam jual beli.

Jual beli secara lelang tidak termasuk praktik riba meskipun ia dinamakan *bai' muzayyadah* dari kata *ziyadah* yang bermakna tambahan sebagaimana makna riba, namun pengertian tambahan di sini berbeda. Dalam *muzayyadah* yang bertambah adalah penawaran harga lebih dalam akad jual beli yang dilakukan oleh penjual atau bila lelang dilakukan oleh pembeli maka yang bertambah adalah penurunan tawaran. Sedangkan dalam praktik riba tambahan haram yang dimaksud adalah tambahan yang tidak diperjanjikan dimuka dalam akad pinjam-meminjam uang atau barang ribawi lainnya.⁶

Lebih jelasnya, praktik penawaran sesuatu yang sudah ditawar orang lain dapat diklasifikasi menjadi tiga kategori: *Pertama*; Bila terdapat pernyataan eksplisit dari penjual persetujuan harga dari salah satu penawar, maka tidak diperkenankan bagi orang lain untuk menawarnya tanpa seizin penawar yang disetujui tawarannya. *Kedua*; Bila tidak ada indikasi persetujuan maupun penolakan tawaran dari penjual, maka tidak ada larangan syariat bagi orang lain untuk menawarnya maupun menaikkan tawaran pertama, sebagaimana analogi hadits Fathimah binti Qais ketika melaporkan kepada Nabi bahwa Mu'awiyah dan Abu Jahm telah meminangnya, maka karena tidak ada indikasi persetujuan darinya terhadap pinangan tersebut, beliau menawarkan padanya untuk menikah dengan Usamah bin Zaid. *Ketiga*; Bila ada indikasi persetujuan dari penjual

⁶ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid Juz II*, Beirut Libanon, 1992, hlm. 162

terhadap suatu penawaran meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit, maka menurut Ibnu Qudamah tetap tidak diperkenankan untuk ditawar orang lain.⁷

Syari'at tidak melarang segala jenis penawaran selagi tidak ada penawaran di atas penawaran orang lain ataupun menjual atas barang yang telah dijual pada orang lain. Sebagaimana hadits yang berhubungan hal ini. Dari Abu Hurairah sesungguhnya Nabi bersabda “tidak boleh seseorang melamar di atas lamaran saudaranya dan tidak ada penawaran di atas penawaran saudaranya.”⁸

B. SISTEM LELANG

Dilihat dari segi cara penawarannya, dalam pelelangan dikenal dengan dua sistem, yaitu sistem pelelangan dengan cara lisan dan sistem pelelangan dengan cara penawaran tertulis.

a. Sistem Pelelangan Dengan Penawaran Lisan

Sistem pelelangan dengan penawaran lisan ini dapat dibedakan lagi, yaitu dengan penawaran lisan harga berjenjang naik dan pelelangan dengan penawaran lisan harga berjenjang turun. Dalam sistem pelelangan dengan penawaran lisan harga berjenjang naik, juru lelang menyebutkan harga penawaran dengan suara yang terang dan nyaring di depan para peminat/pembeli. Penawaran ini dimulai dengan harga yang rendah. Kemudian setelah diadakan tawar-menawar, ditemukan seorang peminat yang mengajukan penawarannya dengan harga yang tertinggi.

Dalam sistem pelelangan dengan penawaran lisan harga berjenjang turun, juru lelang menyebutkan harga penawar pertama dengan harga yang tinggi atas suatu barang yang dilelang. Apabila dalam penawaran tinggi

⁷ Asy-Syaukani, *Nailul Authar Juz.V*, Beirut Libanon, 1986, hlm. 191

⁸ <http://www.lelangsyariah.com> . diakses pada 20 April 2012 pukul. 20.34

tersebut belum ada peminat/pembeli, harga penawarannya diturunkan dan demikian seterusnya sehingga ditemukan peminatnya. Praktik pelelangan penawaran lisan dengan harga berjenjang turun ini jarang dilakukan.

b. Sistem Pelelangan Dengan Penawaran Tertulis

Sistem pelelangan dengan penawaran tertulis ini biasanya diajukan di dalam sampul tertutup. Pelelangan yang diajukan dengan penawaran tertulis ini, pertama-tama juru lelang membagikan surat penawaran yang telah disediakan (oleh penjual atau dikuasakan kepada kantor lelang) kepada para peminat.

Dalam surat penawaran tersebut, para peminat/pembeli menulis nama, alamat, pekerjaan, bertindak untuk diri sendiri atau sebagai kuasa; dan syarat-syarat penawaran, nama barang yang ditawarkan serta banyaknya barang yang ditawarkan.

Sesudah para peminat atau pembeli mengisi surat penawaran tersebut, semua surat penawaran itu dikumpulkan dan dimasukkan ke tempat yang telah disediakan oleh juru lelang di tempat pelelangan. Setelah juru lelang membaca risalah lelang, membuka satu persatu surat penawaran yang telah diisi oleh para peminat/pembeli dan selanjutnya menunjukkan salah seorang dari para peminat yang mengajukan harga penawaran tertinggi/terendah sebagai peminat/pembeli. Jika terjadi persamaan harga di dalam penawaran harga tertinggi/terendah itu, dilakukan pengundian untuk menunjukkan pembelinya yang sah, atau dengan cara lain yang ditentukan oleh juru lelang, yaitu dengan cara perundingan.⁹

⁹ Aiyub Ahmad, *Op.Cit.*, hlm. 77-79

C. SYARAT-SYARAT LELANG

Dalam bab sebelumnya telah dijelaskan secara rinci bahwa lelang merupakan salah satu transaksi jual beli, walaupun dengan cara yang berbeda dan tetap mempunyai kesamaan dalam rukun dan syarat-syaratnya sebagaimana diatur dalam jual beli secara umum. Dalam lelang rukun dan syarat-syarat dapat diaplikasikan dalam panduan dan kriteria umum sebagai pedoman pokok yaitu diantaranya:

1. Transaksi dilakukan oleh pihak yang cakap hukum atas dasar saling sukarela (*'an taradhin*).
2. Objek lelang harus halal dan bermanfaat.
3. Kepemilikan / Kuasa Penuh pada barang yang dijual
4. Kejelasan dan transparansi barang yang dilelang tanpa adanya manipulasi
5. Kesanggupan penyerahan barang dari penjual,
6. Kejelasan dan kepastian harga yang disepakati tanpa berpotensi menimbulkan perselisihan.
7. Tidak menggunakan cara yang menjurus kepada kolusi dan suap untuk memenangkan tawaran.¹⁰

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan pelelangan adalah sebagai berikut:

1. Bukti diri pemohon lelang
2. Bukti kepemilikan atas barang
3. Keadaan fisik dari barang

Bukti diri dari pemohon lelang ini diperlukan untuk mengetahui bahwa pemohon lelang tersebut benar-benar orang yang berhak untuk melakukan pelelangan atas barang

¹⁰ <http://ulgs.tripod.com/favorite.htm-ekonomi-islam/> diakses pada 06-4-2012 pukul 20.15

yang dimaksud. Apabila pemohon lelang tersebut bertindak sebagai kuasa, dari pemberi kuasa. Jika pelelangan tersebut atas permintaan hakim atau panitia urusan piutang negara, harus ada surat penetapan dari pengadilan negeri atau panitia urusan piutang negara.

Kemudian, bukti pemilikan atas barang diperlukan untuk mengetahui bahwa pemohon lelang tersebut merupakan orang yang berhak atas barang dimaksud. Bukti pemilikan ini, misalnya tanda pembayaran, surat bukti hak atas tanah (sertifikat) dan lainnya.

Di samping itu, keadaan fisik dari barang yang dilelang juga perlu untuk mengetahui keadaan sebenarnya dari barang yang akan dilelang. Untuk barang bergerak, harus ditunjukkan mana barang yang akan dilelang; sedangkan untuk barang tetap seperti tanah, harus ditunjukkan sertifikatnya apabila tanah tersebut sudah didaftarkan atau dibukukan. Adapun, tanah yang belum didaftarkan/dibukukan harus diketahui dimana letak tanah tersebut dan bagaimana keadaan tanahnya, dengan disertai keterangan dari pejabat setempat.¹¹

D. MACAM-MACAM LELANG

Pada umumnya lelang hanya ada dua macam yaitu lelang turun dan lelang naik. keduanya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Lelang Turun

Lelang turun adalah suatu penawaran yang pada mulanya membuka lelang dengan harga tinggi, kemudian semakin turun sampai akhirnya diberikan kepada calon pembeli dengan tawaran tertinggi yang disepakati penjual melalui juru lelang (*auctioneer*) sebagai kuasa si penjual untuk melakukan lelang, dan biasanya ditandai dengan ketukan.

¹¹ *Ibid*, hlm.79-80

2. Lelang Naik

Sedangkan penawaran barang tertentu kepada penawar yang pada mulanya membuka lelang dengan harga rendah, kemudian semakin naik sampai akhirnya diberikan kepada calon pembeli dengan harga tertinggi, sebagaimana lelang ala Belanda (*Dutch Auction*) dan disebut dengan lelang naik.¹²

E. LELANG PESPEKTIF ISLAM

Lelang menurut pengertian transaksi mua'amalat kontemporer dikenal sebagai bentuk penjualan barang di depan umum kepada penawar tertinggi. Dalam Islam juga memberikan kebebasan keleluasaan dan keluasaan ruang gerak bagi kegiatan usaha umat Islam dalam rangka mencari karunia Allah berupa rizki yang halal melalui berbagai bentuk transaksi saling menguntungkan yang berlaku di masyarakat tanpa melanggar ataupun merampas hak-hak orang lain secara tidak sah.

Pada prinsipnya, syariah Islam membolehkan jual beli barang/ jasa yang halal dengan cara lelang yang dalam fiqh disebut sebagai akad *Bai' Muzayadah*. Praktik lelang (*muzayadah*) dalam bentuknya yang sederhana pernah dilakukan oleh Nabi SAW, sebagaimana hadis Salah satu hadis yang membolehkan lelang sebagai berikut;

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ أَنَّ رَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ جَاءَ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَسْأَلُهُ فَقَالَ لَكَ فِي بَيْتِكَ شَيْءٌ قَالَ بَلَى جَلَسْتُ نَلْبِسُ بَعْضَهُ وَنَبْسُطُ بَعْضَهُ وَقَدَحٌ نَشْرَبُ فِيهِ الْمَاءَ قَالَ انْتِنِي بِهِمَا قَالَ فَاتَّاهُ بِهِمَا فَأَخَذَهُمَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِيَدِهِ ثُمَّ قَالَ مَنْ يَشْتَرِي هَذَيْنِ فَقَالَ رَجُلٌ أَنَا أَخَذَهُمَا بِدِرْهَمٍ قَالَ مَنْ يَزِيدُ عَلَى دِرْهَمٍ مَرَّتَيْنِ أَوْ ثَلَاثًا قَالَ رَجُلٌ أَنَا أَخَذَهُمَا بِدِرْهَمَيْنِ فَأَعْطَاهُمَا إِيَّاهُ وَأَخَذَ الدَّرْهَمَيْنِ فَأَعْطَاهُمَا الْأَنْصَارِيَّ

Artinya : “Dari Anas bin Malik ra bahwa ada seorang lelaki Anshar yang datang menemui Nabi saw dan dia meminta sesuatu kepada Nabi saw. Nabi saw bertanya

¹² http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi-tugas_makalah/hukum_Islam/hukum_lelang_dalam_islam. Diakses pada 01-4-2012 pukul 11.00

kepadanya,"Apakah di rumahmu tidak ada sesuatu?" Lelaki itu menjawab,"Ada sepotong kain, yang satu dikenakan dan yang lain untuk alas duduk, serta cangkir untuk meminum air." Nabi saw berkata,"Kalau begitu, bawalah kedua barang itu kepadaku." Lelaki itu datang membawanya. Nabi saw bertanya, "Siapa yang mau membeli barang ini?" Salah seorang sahabat beliau menjawab,"Saya mau membelinya dengan harga satu dirham." Nabi saw bertanya lagi,"Ada yang mau membelinya dengan harga lebih mahal?" Nabi saw menawarkannya hingga dua atau tiga kali. Tiba-tiba salah seorang sahabat beliau berkata,"Aku mau membelinya dengan harga dua dirham." Maka Nabi saw memberikan dua barang itu kepadanya dan beliau mengambil uang dua dirham itu dan memberikannya kepada lelaki Anshar tersebut.(HR. Tirmizi).¹³

Sebagian ulama seperti an-Nakha'i memakruhkan jual beli lelang, dengan dalil hadits dari Sufyan bin Wahab bahwa dia berkata;

سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم نهى عن بيع المزايمة

Artinya: Aku mendengar Rasulullah SAW melarang jual beli lelang. (HR Al-Bazzar)

Syariat Islam dengan berbagai pertimbangan yang sangat dijunjung tinggi tidak melarang dalam melakukan usaha untuk mencari kekayaan sebanyak-banyaknya dan dengan cara seperti apa selama cara yang dilakukan masih berada dalam garis syariat yang dihalalkan. Sedangkan adanya aturan dalam ajaran Islam tentunya tidak semata-mata hanya aturan belaka yang hanya menjadi dasar, tetapi merupakan suatu aturan yang berfungsi menjaga dari adanya manipulasi atau kecurangan-kecurangan dalam menjalankan bisnis dengan cara lelang.¹⁴

F. HARGA LELANG PERSPEKTIF ISLAM

1. Pengertian Harga

Macam-macam istilah yang kerap digunakan dalam mengungkapkan harga antara lain iuran, tarif, sewa, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan lain-

¹³ At Tirmidzi, *Al-Jami' Al-Shohih*, Beirut Libanon: Darul Al-Fikr, 1988, Hadist No. 908.

¹⁴ <http://kerjoanku.wordpress.com> diakses pada pada 20 April 2012 pukul. 20.34

lain.¹⁵ Harga dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia berarti nilai suatu barang yang dirupakan dengan uang¹⁶

Philip Kotler mengungkapkan bahwa harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.¹⁷

Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat/saluran) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.¹⁸

Prof. DR. H. Buchari Alma juga mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). *Value* adalah nilai suatu produk

¹⁵ Irine Diana Sari W., *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*, Jojakarta : Nuha Medika, 2010, hlm.

¹⁶ WJS Poerwadaminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1976, hlm. 752

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (edisi ke sebelas) jilid 2*, Jakarta :Gramedia, 2005, hlm. 139

¹⁸ *Ibid* , hlm. 140

untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang.¹⁹

Menurut para ekonom, harga, nilai, dan faedah/ manfaat (*utility*) merupakan konsep-konsep yang berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Dalam perekonomian sekarang ini untuk mengadakan pertukaran atau mengukur nilai suatu produk menggunakan uang, bukan sistem barter. Jumlah uang yang digunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang tersebut. Jadi, harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.²⁰

Dalam Islam harga dikenal dengan harga yang adil, hal ini juga mendapat perhatian banyak pemikir dunia termasuk dunia barat. Penulis Jerman Rudolf Kaulla menyatakan konsep tentang *justum pretium* (harga yang adil), mula-mula konsep ini dilaksanakan di Roma dengan latar belakang pentingnya menerapkan atau menempatkan aturan khusus untuk memberi petunjuk dalam kasus-kasus yang dihadapi hakim, dimana dengan tatanan itu dia menetapkan nilai-nilai dari sebuah barang dagangan atau jasa. Pernyataan ini hanya menggambarkan sebagian cara harga dibentuk dengan pertimbangan etika dan hukum.²¹

Ilmuwan pada abad pertengahan yang pemikirannya tentang harga banyak menjadi pijakan pemikiran di masa berikutnya adalah St. Thomas Aquinas tanpa secara eksplisit menjelaskan definisi harga yang adil ia mengatakan :

¹⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : ALFABETA, hlm. 169

²⁰ Didit Purnomo, *Buku Pegangan Kuliah Kebijakan Harga (Pendekatan Agrikultural)*, Surakarta : FE-UMS, 2005, hlm. 302

²¹ M. B. Hendri Anto, *Pengantar Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Ekonisia, 2003, hlm. 288

sangat berdosa mempraktekan penipuan terhadap tujuan penjualan sesuatu yang melebihi dari harga yang adil, karena itu sama dengan mencurangi tetangganya agar menderita kerugian.

Ia juga mengatakan :

Harga yang sdil itu akan menjadi salah satu hal yang tak hanya dimasukkan dalam perhitungan nilai barang yang dijual, juga bisa mendatangkan kerugian bagi penjual. Dan juga suatu barang bisa dibolehkan secara hukum dijual lebih tinggi ketimbang nilainya sendiri, meskipun nilainya tak lebih dibanding harga pemilikinya.²²

Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran.²³

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

Jadi harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek dari suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut.

²² *Ibid*, hlm. 288

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yoyakarta : Penerbit Andi, 1997, hlm. 151

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana kesepakatan tersebut diridai 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 pihak pembeli.

2. Teori Harga

Teori harga merupakan teori ekonomi yang menerangkan tentang perilaku harga-harga atau jasa-jasa. Isi dari teori harga pada intinya adalah harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran.²⁴

a. Permintaan

Perilaku permintaan merupakan salah satu perilaku yang mendominasi dalam praktek ekonomi mikro, walaupun berlaku juga pada ekonomi makro. Oleh sebab itu pembahasan mengenai permintaan yang ditinjau dari segi diterminasi harga terhadap permintaan selalu menjadi pokok kajian dalam ilmu ekonomi.

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Dari definisi ini dapat diketahui, bahwa permintaan terjadi karena dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: (1) Harga barang yang diminta; (2) Tingkat pendapatan; (3) Jumlah penduduk; (4) Selera dan estimasi yang akan datang; (5) Harga barang lain atau substitusi.²⁵

²⁴Siti Muflikhatul Hidayat. *Penentuan Harga Jual Beli Dalam Ekonomi Islam*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011, hlm.55

²⁵ Iskandar Putong, *Ekonomi Makro Dan Mikro*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm.34

1) Hukum Permintaan

Determinasi harga terhadap permintaan dengan mengasumsikan faktor-faktor yang mempengaruhinya dianggap *ceteris paribus* akan menghasiikan hukum permintaan.

Hukum permintaan menyatakan:

Bila harga suatu barang naik, maka permintaan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka permintaan akan naik.

Hukum (*sunnatullah*) permintaan tersebut berlaku, jika asumsi-asumsi yang dibutuhkan terpenuhi, yaitu: *ceteris paribus*.

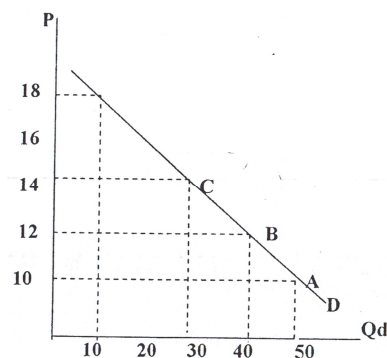
2) Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara harga (P) dengan jumlah yang diminta (Qd). Hubungan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah:

P	10	12	14	16	18
Qd	50	40	30	20	10

Tabel Dalam Permintaan Barang X

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kalau harga (P) semakin tinggi maka jumlah yang diminta (Qd) semakin rendah atau semakin sedikit.



Arah kurva permintaan adalah turun ke kanan, yang berarti arah atau lerengnya negatif sebagai akibat adanya hubungan yang berbalikan antar P dan Qd.

Dengan memperhatikan kurva di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian atau definisi permintaan suatu barang adalah berbagai kuantitas barang di mana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harganya.²⁶

Dengan demikian, teori permintaan dapat dinyatakan:

perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya, yaitu apabila permintaan naik, maka harga relatif akan naik, sebaliknya bila permintaan turun, maka harga akan turun.²⁷

b. Penawaran

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu.

Sebagai suatu mekanisme ekonomi, penawaran terjadi karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi produsen dalam menawarkan produknya adalah: (1) Harga barang itu sendiri; (2) Harga barang-barang lain; (3) Ongkos dan biaya produksi; (4) Tujuan produksi dari perusahaan; (5) Teknologi yang digunakan.

Bila beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penawaran di atas dianggap tetap selain harga barang itu sendiri, maka penawaran hanya ditentukan oleh harga. Hal ini berarti besar kecilnya perubahan penawaran ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Dalam hal inilah yang dikenal dengan hukum penawaran.

²⁶ Soeharno, *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007, hlm. 42

²⁷ *Ibid* hlm. 115

1) Hukum penawaran

Hukum penawaran adalah suatu penawaran yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan pada penjual.

Hukum penawaran:

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik, maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun.²⁸

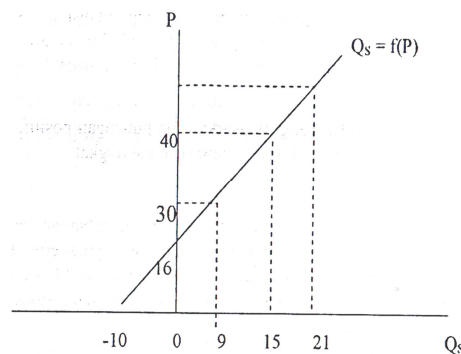
2) Kurva Penawaran

Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai kuantitas (Q_s) yang di tawarkan pada berbagai alternatif harga (P).

P	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110
Q_s	5	10	15	20	25	35	40	45	50	55

Tabel Dalam Penawaran Barang X

Tampak dalam tabel jumlah barang X yang di tawarkan semakin meningkat dengan meningkatnya harga barang. Ini berarti bahwa produsen bersedia menjual barangnya lebih banyak pada harga yang lebih tinggi.



²⁸ *Ibid* hlm. 140

Kurva penawaran mempunyai slop (kemiringan) positif atau ada hubungan positif antara P antara Qs juga naik. Begitu pula sebaliknya. Hal ini juga dapat diartikan kalau harga naik maka jumlah harga yang ditawarkan akan meningkat.²⁹

3. Harga Menurut Islam

Dalam terminologi Arab yang maknanya menuju pada harga yang adil antara lain adalah: *si'r al mithl*, *staman al mithl*, dan *qimah al adl*. Istilah *qimah al adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rosulullah SAW dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak dimana budak ini kan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil. Istilah ini juga ditemukan dalam laporan Kholifah Umar bin Khatab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khatab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyah* (denda/uang tebusan darah), setelah nilai diham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *qimah al adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasikan hukum islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, memaksa penimbun barang untuk menjual barang tibunannya, membuang jaminan atas atas harta milik dan sebagainya. Secara umum mereka berpikir bahwa harga sesuatu yang adil adalah harga yang dibayar untuk obyek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan.³⁰

Konsep harga islam juga banyak menjadi daya tarik bagi para pemikir Islam dengan menggunakan kondisi ekonomi di sekitarnya dan pada massanya, pemikir tersebut adalah sebagai berikut ;

²⁹ Soeharno, *Op. Cit.*, hlm. 47

³⁰ M. B. Hendri Anto, *Pengantar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003, hlm. 286

a. Konsep Harga Abu Yusuf

Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al-Rasyid. Ia menulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam yang berjudul Kitab *al-Kharaj*. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Beliau memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Beliau jugalah yang mengajukan pertama kali tentang teori permintaan dan persediaan (*demand and supply*) dan pengaruhnya terhadap harga.³¹

Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah, ketika terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi, sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah.³²

Abu Yusuf mengatakan:

“Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga dengan mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.”³³

Pandangan Abu Yusuf di atas menunjukkan adanya hubungan negatif antara persediaan (*supply*) dengan harga. Hal ini adalah benar bahwa harga itu tidak tergantung pada supply itu sendiri, oleh karena itu berkurangnya atau bertambahnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan bertambah atau berkurangnya dalam penawaran.

³¹ Skripsi Siti Muflikhatul Hidayah, *Penentuan Harga Jual Beli Dalam Ekonomi Islam*, UMS, 2011, hlm. 70

³² Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam edisi ketiga*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm.250

³³ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPF, 2004, hlm. 353

Dalam hal ini, Abu Yusuf tampaknya menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara permintaan dengan harga. Pada kenyataannya harga tidak tergantung pada penawaran saja tetapi juga permintaan. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi akan tetapi beliau tidak menjelaskan secara rinci.³⁴

Dalam analisis ekonomi pada masalah pengendalian harga (*tas'ir*). Abu Yusuf menentang penguasa yang menetapkan harga³⁵. Menurutnya harga merupakan ketentuan Allah. Maksudnya adalah harga akan terbentuk sesuai dengan hukum alam yang berlaku disuatu tempat dan waktu tertentu sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu sendiri. Pendapat Abu Yusuf ini relevan pada pasar persaingan sempurna dimana banyak penjual dan banyak pembeli sehingga harga ditentukan oleh pasar.

b. Konsep Harga Al Ghazali

Seperti halnya para cendikiawan muslim terdahulu, perhatian Al Ghazali terhadap kehidupan masyarakat tidak terfokus pada satu bidang tertentu tetapi meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Ia melakukan studi keislaman secara luas untuk mempertahankan ajaran agama Islam. Perhatiannya di bidang ekonomi terkandung dalam ilmu fiqhnya karena pada hakikatnya, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari fiqh Islam.³⁶

Pemikiran sosio ekonomi Al Ghazali berakar pada sebuah konsep yang dia sebut sebagai “fungsi kesejahteraan sosial Islami”. Tema yang menjadi pangkal seluruh karyanya adalah konsep *maslahat* atau

³⁴ *Ibid*, hlm. 252

³⁵ *Ibid*, hlm.253

³⁶ H. Adiwarman Azwar Karim, *Op. Cit.*, hlm. 317

kesejahteraan bersama sosial atau utilitas (kebaikan bersama), yakni sebuah konsep yang mencakup semua aktivitas manusia dan membuat kaitan erat antara individu dengan masyarakat.³⁷

Proses evolusi pasar merupakan teori yang dikemukakan oleh Al Ghazali. Al Ghazali dengan nama lengkapnya Abu Hamid Al Ghazali sebagai ahli tasawuf mengajukan pandangan dan mulai berpikir tentang pasar. Pandangannya ia jabarkan dengan rinci, bahwa peran aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Bagi Al Ghazali merupakan bagian dari “keteraturan alami” (*natural order*).³⁸

Menurut Al-Ghazali hukum alam adalah segala sesuatu, yakni sebuah ekspresi berbagai hasrat yang timbul dari diri sendiri untuk saling memuaskan kebutuhan ekonomi. Begitu pula dengan pendapat Al Ghazali mengenai pasar merupakan keteraturan alami (*natural order*), yaitu harga di pasar akan terbentuk secara alami sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga, dan pendapat Al Ghazali ini lebih cocok pada pasar persaingan sempurna.

Al Ghazali menjelaskan secara eksplisit mengenai perdagangan regional, bahwa:

“Praktek-praktek ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang yang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat dan makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota yang mungkin tidak mempunyai alat-alat yang dibutuhkan, dan ke desa-desa yang mungkin tidak memiliki semua bahan makanan yang dibutuhkan. Keadaan inilah yang pada gilirannya menimbulkan kebutuhan alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja mencari

³⁷ *Ibid*,

³⁸ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm.354

keuntungan. Para pedagang ini bekerja keras memenuhi kebutuhan orang lain dan mendapatkan keuntungan dan makan oleh orang lain juga”³⁹

Walaupun Al Ghazali tidak menjelaskan konsep permintaan dan penawaran dalam terminologi modern. Terdapat banyak bagian dari buku-bukunya yang berbicara mengenai harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep ini kemudian dikenal sebagai *al-tsaman al-adl* (harga yang adil) dikalangan ilmuwan Muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) dikalangan ilmuwan Eropa kontemporer.

Sejalan dengan konsep permintaan dan penawaran, menurutnya untuk kurva penawaran “naik dari kiri naik ke bawah kanan atas” dinyatakan sebagai “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, maka ia akan menjual pada harga yang lebih murah”. Sementara untuk kurva permintaan yang “turun dari kiri atas ke kanan bawah” dijelaskan sebagai “harga dapat diturunkan dengan mengurangi permintaan”.⁴⁰

Seperti halnya pemikir lain pada masanya, Al Ghazali juga berbicara tentang harga yang biasanya langsung dihubungkan dengan keuntungan. Keuntungan belum secara jelas dikaitkan dengan pendapatan dan biaya. Bagi Al Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman diri keselamatan si pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebih untuk menjadi motivasi pedagang bagi Al Ghazali keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak. Adapun keuntungan

³⁹ Al Ghazali, *Ihya' Ulumudin vol.3*, Beirut: Dar al Nadwah, t.th , hlm.227

⁴⁰ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm.356

normal merutnya adalah berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang.

c. Konsep Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah menjelaskan mengenai mekanisme pertukaran, ekonomi pasar bebas, dan bagaimana kecenderungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun harga akan naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil.

Hal ini terjadi karena pada masanya ada anggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan dari melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar.

Ibnu Taimiyah berkata:

“Naik dan turunnya harga tak selalu berkaitan dengan kezaliman (*zulm*) yang dilakukan seseorang. Sesekali alasannya adalah adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. 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 takmelibatkan ketidakadilan. Atau sese kali bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha besar Allah yang menciptakan kemauan pada hatimanusia. (Ibnu Taimiyah, *Majmu' fatawa*)”.⁴¹

Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai

⁴¹ A. A. Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Jakarta: Bina Ilmu, 1997, hlm. 12

peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan.⁴²

Di sisi lain, Ibnu Taimiyah mengidentifikasi beberapa faktor lain yang menentukan permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga pasar, yaitu:

- 1) Keinginan masyarakat (*raghbah*) terhadap berbagai jenis barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Perubahan ini sesuai dengan langka atau tidaknya barang-barang yang diminta. Semakin sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati masyarakat.
- 2) Jumlah para peminat (*tullab*) terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang tersebut akan semakin meningkat, dan begitu pula sebaliknya.
- 3) Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang serta besar atau kecilnya tingkat dan ukuran kebutuhan. Apabila kebutuhan besar dan kuat, harga akan naik. Sebaliknya jika kebutuhan kecil dan lemah harga akan turun.
- 4) Kualitas pembeli. Jika pembeli adalah seorang yang kaya dan terpercaya dalam membayar utang, harga yang diberikan lebih rendah. Sebaliknya, harga yang diberikan lebih tinggi jika pembeli adalah seorang yang sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran utang serta mengingkari utang.
- 5) Jenis uang yang digunakan dalam transaksi. Harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang

⁴² Muhammad, *Op. Cit.*, hlm.358

yang umum dipakai (*naqd ra'ij*) daripada uang yang jarang dipakai.

- 6) Tujuan transaksi yang menghendaki adanya kepemilikan resiprokal diantara kedua belah pihak. Harga suatu barang yang telah tersedia di pasaran lebih rendah daripada harga suatu barang yang belum ada di pasaran. Begitu pula halnya harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai daripada pembayaran dilakukan secara angsuran.
- 7) Besar kecilnya biaya harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh produsen atau penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitu pula sebaliknya.⁴³

Jika transaksi telah berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada tetapi harga tetap naik, menurut Ibnu Taimiyah ini merupakan kehendak Allah. Maksudnya pelaku pasar bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan harga tetapi ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi harga, yang dalam hal ini dapat disebut dalam hukum alam dalam proses jual beli.

d. Konsep Harga Ibnu Khaldun

Dalam karyanya yang berjudul *al muqoddimah* pada bab yang berjudul “harga di kota-kota” ia membagi jenis barang menjadi barang kebutuhan pokok dan mewah. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya akan bertambah banyak, maka harga-harga

⁴³ Adiwarmarman Azwar Karim, *Op. Cit.*, hlm. 366-367

kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas pengadaannya. Akibatnya penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaannya akan meningkat sejalan dengan berkembangnya kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah akan meningkat.⁴⁴

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga 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 harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.

Mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan menurut Ibnu Khaldun, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan. Setelah itu pada sisi penawaran, ia menjelaskan pula pengaruh meningkatnya biaya produksi karena pajak dan pungutan-pungutan lainnya di kota tersebut.⁴⁵

Hal ini menunjukkan bahwa Ibnu Khaldun, sebagaimana Ibnu Taimiyah telah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu harga keseimbangan. Ibnu Khaldun kemudian mengatakan bahwa keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, jika

⁴⁴ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm.361

⁴⁵ *Ibid*

pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen.

Pendapat Ibnu Khaldun juga sama dengan pendapat tokoh-tokoh di atas, hanya yang membedakan dengan tokoh di atas adalah sudut pandang. Karena secara eksplisit Ibnu Khaldun menjelaskan jenis-jenis biaya yang membentuk penawaran dan Ibnu Khaldun lebih fokus menjelaskan fenomena yang terjadi.

4. Harga Lelang

Telah dijelaskan di atas secara rinci tentang harga, bahwa harga mempunyai peranan penting dalam kegiatan ekonomi. Jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang di dalamnya melibatkan transaksi antara penjual dan pembeli dengan menggunakan harga yang telah disepakati.

Lelang merupakan suatu bentuk penjualan barang didepan umum kepada penawar tertinggi. Lelang dapat berupa penawaran barang tertentu kepada penawar yang pada mulanya membuka lelang dengan harga rendah, kemudian semakin naik sampai akhirnya diberikan kepada calon pembeli dengan harga tertinggi. Namun, dalam kegiatan jual beli banyak terjadi penyimpangan syariah baik pelanggaran hak, norma dan etika dalam jual beli tersebut dalam hal ini adalah praktik lelang. Maka, dalam penentuan harga dilakukan oleh juru lelang atas permintaan penjual dengan melihat keadaan fisik barang lelang sebagai salah satu syarat pelelangan. Baik berupa harga naik maupun harga turun.⁴⁶

Sebagaimana diketahui harga ditentukan oleh pasar, begitu pula dengan lelang yang dikenal dengan pasar lelang (*action market*). Pasar lelang sendiri didefinisikan

⁴⁶ *Ibid*, hlm.73

sebagai suatu pasar terorganisir, dimana harga menyesuaikan diri terus menerus terhadap penawaran dan permintaan, serta biasanya dengan barang dagangan standar, jumlah penjual dan pembeli cukup besar dan tidak saling mengenal.

Menurut ketentuan yang berlaku di pasar tersebut, pelaksanaan lelang dapat menggunakan persyaratan tertentu seperti sipenjual dapat menolak tawaran yang dianggapnya terlalu rendah yaitu dengan memakai batas harga terendah/cadangan (*reservation price*), biasanya disebut sebagai Harga Limit Lelang (HLL) : bisa berupa Nilai Pasar Lelang (NPL) atau Nilai Minimum Lelang (NML). Sedangkan harga lelang adalah harga penawaran tertinggi yang diajukan oleh peserta lelang yang telah disahkan sebagai pemenang lelang oleh Pejabat Lelang.⁴⁷

⁴⁷ Peraturan menteri keuangan tahun 2010 tentang petunjuk pelaksanaan lelang bab 1 pasal 27