

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Studi Pustaka

Berdasarkan beberapa penelusuran penulis terhadap literatur yang ada, penulis menemukan penelitian yang sebelumnya yang berhubungan dengan judul penulis angkat, yaitu:

Pertama, Penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan judul kaidah penetapan harga yang penulis temui adalah “PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL MINYAK TANAH DI DESA BAWAK, KEC. CAWAS, KAB. KLATEN”. Oleh Nurul Khasanah Fakultas Syari’ah Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2008. Penelitiannya ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pandangan hukum Islam terhadap mekanisme penetapan harga minyak tanah dan mekanisme jual beli di pangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai mekanisme penetapan harga dan mekanisme jual beli yang dilakukan di Desa Bawak, Kec. Cawas, Kab. Klaten, selanjutnya memberikan penilaian dan kejelasan hukum terhadap praktik mekanisme penetapan harga jual dan mekanisme jual beli minyak tanah di Desa Bawak, Kec. Cawas, Kab. Klaten ditinjau dari hukum Islam.²⁰

²⁰Digilib.uin-suka.ac.id/2368/1/BAB I, V, DAFTAR PUSTAKA.pdf. Diakses 21-03-2013.

Kedua, penelitian lainnya “HARGA DALAM PERSPEKTIF ISLAM” oleh H. Muhammad Birusman Nuryadin. Pembahasan dalam penelitian ini mengenai harga dan peranan harga, tujuan penentuan/penetapan harga, metode penentuan/penetapan harga dan harga menurut perspektif hukum Islam. Pembahasan dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa berbagai macam metode penetapan harga tidak dilarang oleh Islam dengan ketentuan: harga yang ditetapkan oleh pihak pengusaha/pedagang tidak menzalimi pihak pembeli, yaitu tidak dengan mengambil keuntungan di atas normal atau tingkat kewajaran. Tidak ada penetapan harga yang sifatnya memaksa terhadap para pengusaha/pedagang selama mereka menetapkan harga yang wajar dengan mengambil tingkat keuntungan yang wajar (tidak di atas normal). Harga diridhai oleh masing-masing pihak, baik pihak pembeli maupun penjual.²¹

Ketiga, pada tahun 2004 Hafas Furqani meneliti masalah pengawasan pasar dengan judul “HISBAH: INSTITUSI PENGAWAS PASAR DALAM SISTEM EKONOMI ISLAM (KAJIAN SEJARAH DAN KONTEKS KEKINIAN). Hisbah disini lebih dikenal sebagai institusi yang mengatur ekonomi dengan mengawasi dan mengontrol pasar dan mencoba mengatasi permasalahannya dengan nilai aturan Islami. Tujuannya adalah mencapai high standard of morale-economy. Pada penelitian ini juga melakukan elaborasi pengalaman sejarah menerapkan institusi ini lewat historical analysis sejak

²¹Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam, Vol. IV, No. 1, 2007, h. 86-99.

permulaan Islam sampai abad pertengahan. Institusi hisbah memang masih relevan dan sangat signifikan kehadirannya di tengah kegagalan mewujudkan ekonomi yang bermoral.²²

Kelima, Djawahir Hejazziey pada tahun 2011 meneliti dengan judul “MEKANISME PASAR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM” dalam penelitian ini bahwa pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga. Tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Akan tetapi, sulitnya ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil, distorsi pasar sering terjadi, sehingga dapat merugikan banyak pihak. Maka Islam memperbolehkan adanya intervensi pasar oleh negara untuk mengembalikan agar pasar kembali normal.²³

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rozi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang pada Tahun 2010 dengan judul “PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI LELE PADA PETANI LELE DI DESA TUNTANG” dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan harga pokok produksi yang selama ini dilakukan oleh Petani lele?
2. Apakah penentuan harga pokok produksi sudah tepat sesuai dengan akuntansi yang benar?

²²Hafas Furqani, *Hisbah: Institusi Pengawas Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam (Kajian Sejarah dan Konteks Kekinian)*, Prosiding Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam II, Malang: Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2004, h. 163-175.

²³Djawahir Hejazziey, *Mekanisme Pasar Dalam Perspektif ekonomi Islam*, Al Qalam Jurnal Ilmiah Bidang Keagamaan dan Kemasyarakatan Vol 28 No. 3, 2011, h. 535-584.

Dalam penelitian ini disimpulkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan adanya harga pokok produksi petani lele dapat mengetahui laba yang diperoleh, sekaligus mengetahui seberapa besar *Pengembalian Modal* yang sudah dikeluarkan oleh petani lele.²⁴

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Nur Sholikhatul Jannah dengan judul “HUBUNGAN KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) DAN PASAR TERHADAP PROFIBILITAS INDUSTRI KERAJINAN BUBUT KAYU DI BLITAR” Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini dilakukan dilakukan pada industri kerajinan bubut kayu di Blitar yang mana dalam proses produksi menggunakan Bahan Bakar Minyak (BBM) yaitu solar dan bensin dengan sampel berjumlah 30 industri kerajinan bubut kayu. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan pasar mempunyai hubungan terhadap profitabilitas industri kerajinan bubut kayu.
2. Bagaimana hubungan kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan pasar terhadap profitabilitas industri kerajinan bubut kayu di Blitar.

Kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan pasar mempunyai hubungan negative. Dengan nilai korelasi 1,000 pada variabel harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan -0,51 pada variabel pasar. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa apabila harga Bahan Bakar Minyak (BBM) mengalami kenaikan maka

²⁴[Http://eprints.undip.ac.id/22973/1/Skripsi.pdf](http://eprints.undip.ac.id/22973/1/Skripsi.pdf), Diakses tanggal 5-06-2013.

permintaan pasar akan mengalami penurunan sehingga berpengaruh terhadap profitabilitas kerajinan bubut kayu di Blitar.²⁵

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Nurfatmika Asih Wulandari Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2009 dengan judul "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP INTERVENSI DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN KOPERASI KABUPATEN BANTUL DALAM STABILITAS HARGA MINYAK GORENG". Fokus penelitian ini masalah bagaimana intervensi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul dalam stabilitas harga minyak goreng ditinjau dari hukum Islam. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa pelaksanaan intervensi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul dalam upaya stabilitas harga diakibatkan oleh keresahan masyarakat dengan semakin melambungnya harga yang ada dipasaran dan diakibatkan pula oleh kegagalan pasar (*market failure*). Praktek yang dilakukan demi kemaslahatan masyarakat luas yaitu untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Intervensi yang telah dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul telah sesuai dengan hukum Islam.²⁶

Kesembilan, penelitian dengan judul "KONSEP HARGA LELANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM" oleh Zumrotul Malikh Fakultas

²⁵<http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/05610094-nur-sholikhatul-jannah.ps>, diakses 25-06-2013.

²⁶<http://digilib.uin-suka.ac.id/2683/1/BAB%20I,V.pdf>, diakses pada tanggal 25-06-2013.

Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2012. Penelitian ini fokus mengkaji lebih dalam mengenai bagaimanakah mekanisme penetapan harga perspektif ekonomi Islam, kemudian bagaimana pandangan ekonomi terhadap harga dalam sistem lelang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penetapan harga dalam ekonomi Islam dengan mempertimbangkan harga yang pantas yaitu harga yang adil yang memberikan perlindungan kepada konsumen. Dan konsep harga dalam sistem lelang adalah harga ditentukan oleh juru lelang dengan melihat keadaan fisik barang tersebut dan tidak meninggalkan Nilai Limit atau lebih dikenal dengan Harga Limit Lelang (HLL): bisa berupa Harga Pasar Pusat (HPP), Harga Pasar Daerah (HPD), dan Harga Pasar Setempat (HPS). Tujuannya agar tidak adanya trik-trik kotor komplotan lelang (*auction ring*) dan komplotan penawar (*bidder's ring*). Hal ini sesuai dengan konsep ekonomi Islam yang menjunjung tinggi keadilan konsep *maslahah*.²⁷

Selanjutnya penulis juga menemukan penelitian mengenai “MEKANISME PASAR DALAM ISLAM: TINJAUAN SEJARAH” oleh Muhammad. Penelitian ini bertujuan melakukan studi dan analisis mengenai konsep mekanisme pasar dalam pandangan. Dalam penelitian ini juga disajikan pemikiran beberapa sarjana Muslim berkenaan dengan mekanisme pasar, di antara sarjana tersebut adalah:

²⁷<http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/136/jtptiain--zumrotulma-6787-1-072411091.pdf>, diakses pada tanggal 26-06-2013.

1. Abu Yusuf membahas mengenai mekanisme pasar dan harga. Tulisan pertamanya menguraikan tentang naik dan turunnya produksi yang dapat mempengaruhi harga. Abu Yusuf yang pertama kali berbicara teori mengenai jumlah permintaan dan persediaan (*demand and supply*) dan pengaruhnya terhadap harga.

There is not definite limit of cheapness and expensiveness that can be ascertained. It is a matter decided from heaven; the principle unknown. Cheapness is not due to abundance of food, nor expensiveness due to scarcity. They are subjected to the command and decision of God. Sometimes food is plentiful but still very dear and sometimes it is too little but is cheap.

2. Al-Ghazali menjelaskan secara eksplisit mengenai perdagangan regional, bahwa “praktek-praktek ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota di mana tidak semua seluruh makanan dibutuhkan. Keadaan ini yang menimbulkan kebutuhan alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja mencari keuntungan”. Al-Ghazali juga mengatakan “mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan”. Bahkan ia telah pula mengidentifikasi produk makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang inelastis. Dia mengatakan, bahwa, “karena

makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi melalui pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini seyogyanya dicari dari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok.²⁸

Dari sepuluh penelitian sebelumnya tersebut diatas untuk penelitian yang penulis lakukan lebih atau langsung kepada praktek Kaidah Penetapan Harga Sembako Di Pasar Besar Kota Palangka Raya, lebih khususnya penelitian ini fokus pada bagaimana kaidah penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang di pasar, pertimbangan logis apa yang dibuat oleh para pedagang dalam menetapkan harga.

B. Deskripsi Teoritik

1. Pengertian Bahan Pokok atau Kebutuhan Pangan

Kebutuhan Primer (kebutuhan pokok) adalah kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Contohnya adalah seperti sembilan bahan makanan pokok/sembako, rumah tempat tinggal, pakaian, dan lain sebagainya. Kebutuhan primer ini apabila tidak dipenuhi dapat menimbulkan dampak yang negatif.²⁹

²⁸Muhammad, *Mekanisme Pasar Dalam Islam: Tinjauan sejarah*, Milah Jurnal Studi Agama Vol II No 2, Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia, Januari 2002, h. 40-50.

²⁹<http://rizkacil.wordpress.com/2012/06/03/kebutuhan-primer-sekunder-dan-tersier/>, diakses tanggal 27-06-2013.

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kehidupan manusia baik secara fisiologis, psikologis, sosial maupun antropologis, pangan selalu terkait dengan upaya manusia untuk mempertahankan hidupnya.³⁰ Pada setiap tahunnya jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan, hal ini sangat berpengaruh pada jumlah permintaan pangan yang semakin tinggi, terutama padi atau beras yang merupakan makanan pokok masyarakat.³¹

2. Teori Demand (Permintaan)

Menurut teori ekonomi mikro, 'permintaan' didefinisikan sebagai banyaknya suatu komoditi yang ingin dibeli dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu saat tertentu.³² Teori permintaan membicarakan masalah tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan seseorang kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor di antara faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e. Cita rasa masyarakat

³⁰Jurusan Teknologi fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor, *Pangan dan Gizi*, Bogor: Sagung Seto, 2001, h.1.

³¹<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/53159/BAB%20I%20Pendahuluan.pdf>, di akses tanggal 28-09-2013.

³²Suryawati, *Teori Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN, h. 11.

f. Jumlah penduduk

g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.³³

Hukum permintaan menyatakan: makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.³⁴

Perubahan suatu produk mempengaruhi suatu kuantitas yang diminta per periode. Perubahan ini bisa disebabkan oleh faktor lain, seperti pendapatan, harga barang atau selera (*preferenc*), akan mempengaruhi permintaan. Kenaikan harga akan suatu barang, memungkinkan akan turunnya kuantitas akan suatu barang. Akan tetapi, peningkatan suatu pendapatan juga mungkin menyebabkan peningkatan permintaan.³⁵

Jumlah yang diminta tidak hanya tergantung pada harga saja, tetapi juga juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti: pendapatan, selera, perkiraan, banyaknya, konsumen serta harga barang lain. Maka hukum permintaan disini belum tentu dikatakan benar. Pergeseran kurva permintaan (perubahan permintaan) dapat timbul karena:

³³Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, h. 75-74.

³⁴*Ibid*, ... h. 76.

³⁵Bambang Sarwiji, etc, *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro (eds ke-7)*, Indonesia: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005, h. 60.

- a. Perubahan pendapatan, apabila pendapatan konsumen meningkat maka konsumen akan membeli suatu barang dengan harga sama konsumen dapat membeli jumlah yang lebih banyak, tetapi apabila faktor lain tetap.
- b. Selera konsumen akan suatu barang meningkat dapat mendorong pembelian yang lebih banyak meski harga tidak berubah.
- c. Perkiraan (*expectation*) apabila konsumen memperkirakan harga suatu barang meningkat dikemudian hari, maka konsumen akan cenderung membeli lebih banyak pada saat ini.
- d. Jumlah konsumen, apabila jumlah penduduk bertambah maka jumlah suatu barang yang dibeli akan meningkat besar meskipun harga tidak turun.
- e. Harga barang lain, hubungan satu barang dengan barang lain itu dapat bersifat saling mengganti (*subtitute*) dan saling melengkapi (*komplemententer*).³⁶

3. Teori Penawaran (Supply)

Menurut teori ekonomi mikro 'penawaran' didefinisikan sebagai banyaknya suatu barang yang ingin ditawarkan oleh produsen di pasar pada berbagai tingkat harga pada suatu saat tertentu.³⁷ Jika permintaan ditentukan oleh kegunaan barang, maka penawaran ditentukan oleh kelangkaan (*scarcity*). Suatu benda langka karena jumlah yang ditawarkan ini dapat

³⁶Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2000, h. 34-35.

³⁷Suryawati, *Teori Ekonomi Mikro*, ..., h. 17.

kurang, karena tiap barang harus dihasilkan dengan memakai faktor-faktor produksi, antara lain: buruh, mesin, pabrik, alat-alat pengangkutan, tanah, dan pengusaha, yang jumlahnya terbatas.³⁸ Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor. Yang terpenting adalah:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain
- c. Biaya produksi
- d. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut
- e. Tingkat teknologi yang digunakan.³⁹

Harga suatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran barang. Oleh sebab itu, teori penawaran erat hubungannya antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.⁴⁰

Menurut analisis ekonomi, penawaran berarti keseluruhan kurva penawaran. Sedangkan jumlah barang yang ditawarkan berarti jumlah

13. ³⁸Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1994, h.

³⁹Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, ..., h. 85.

⁴⁰*Ibid*, ..., h. 85-86.

barang yang ditawarkan pada suatu tingkat harga tertentu.⁴¹ Beberapa jumlah barang yang ingin dijual selama satu periode tertentu akan berubah sebagai akibat perubahan harga.⁴² Di sini ada hubungan positif di antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin tinggi jumlah yang ditawarkan.⁴³

4. Faktor-faktor Lain Yang Mempengaruhi Jumlah Barang Yang Ditawarkan

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan antara lain sebagai berikut:

- a. Harga barang lain, barang-barang lain saling bersaing (barang-barang pengganti) satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Karena biaya produksi tinggi di luar negeri, maka buku tulis impor harganya bertambah mahal. Maka buku tulis buatan dalam negeri mengalami kenaikan permintaan. Hal ini mendorong produsen dalam negeri menaikkan produksi dan penawaran buku tulis.
- b. Harga faktor produksi, tanpa adanya kenaikan produktivitas dan efisiensi, kenaikan harga faktor-faktor produksi akan menaikkan biaya produksi. Kenaikan harga faktor-faktor produksi juga dapat mengurangi keuntungan.

⁴¹Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, ..., h. 86.

⁴²Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, ..., h. 37.

⁴³Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, . . . , h. 87

- c. Tingkat teknologi memegang peranan penting dalam menentukan jumlah barang yang akan ditawarkan. Kemajuan teknologi akan menimbulkan dua efek berikut: (i) produksi dapat ditambah dengan lebih cepat, dan (ii) biaya produksi semakin murah. Dengan demikian keuntungan menjadi bertambah tinggi jadi dapat dikatakan kemajuan teknologi cenderung untuk menimbulkan kenaikan penawaran.⁴⁴
- d. Perkiraan (*expectation*). Apabila produsen memperkirakan bahwa harga di kemudian hari akan turun, maka produsen akan menjual lebih banyak pada saat sekarang.⁴⁵

5. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar dimana jumlah produsen banyak dan volume produksi setiap produsen merupakan bagian kecil dari volume transaksi total dipasar, produk yang dihasilkan adalah homogen sehingga produksi satu produsen merupakan substitut yang sempurna bagi hasil produksi produsen lain, setiap produsen bisa mendapatkan informasi (harga yang berlaku) dengan cepat dan tepat.⁴⁶ Adapun suatu pasar dapat dikatakan pasar persaingan sempurna memiliki ciri sebagai berikut:

- a. Terdiri dari banyak penjual dan pembeli
- b. Adanya kebebasan untuk membuka dan menutup suatu usaha.
- c. Barang diperjual belikan bersifat homogen

⁴⁴*Ibid*,..., h. 87-88.

⁴⁵Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, ..., h. 38.

⁴⁶Boediono, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002, h. 108.

d. Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar yaitu penjual dan pembeli mengetahui tingkat harga yang berlaku di pasar dan perubahan-perubahannya. Adanya informasi yang lengkap ini mengakibatkan:

- 1) Tidak ada penjual yang menjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar
- 2) Tidak ada pembeli yang membeli dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar
- 3) Tidak ada sumber daya yang digunakan untuk berproduksi yang kurang menguntungkan daripada yang lain.

Dari tiga hal tersebut maka terciptalah harga yang adil baik bagi produsen maupun konsumen. Mobilitas sumber ekonomi yang cukup sempurna yaitu faktor produksi dapat dipindahkan dari satu kelain tempat tanpa adanya hambatan apapun.⁴⁷

Ada dua konsep efisiensi yang digunakan untuk menilai kinerja pasar. Pertama, *efisiensi produktif* yaitu produksi output dengan biaya terendah. Kedua, *efisiensi alokatif* yaitu menekankan pada produksi output yang paling dihargai konsumen. Persaingan sempurna menjamin adanya baik efisiensi produktif maupun efisiensi alokatif.⁴⁸

⁴⁷Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2012, h. 153-154.

⁴⁸William A. McEachern, *Ekonomi Mikro: Pendekatan Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 120.

a. Kebaikan Pasar Persaingan Sempurna

Kebaikan pasar persaingan sempurna adalah perlombaan menuju tingkatan efisiensi penggunaan faktor produksi lebih baik. Secara umum sebagai berikut:

- 1) Menggunakan sumber daya secara efisien artinya seluruh sumber daya yang tersedia sepenuhnya digunakan. Pemanfaatan sumber tersebut sedemikian rupa sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah tidak ada cara lain dan dapat menambah kemakmuran masyarakat. Proses paling efisien tersebut akan membawa pada peningkatan efisiensi penggunaan faktor produksi.
- 2) Adanya kebebasan bertindak dan memilih. Hal ini bermanfaat untuk membawa para pengelola perusahaan pada peningkatan kreatifitas sehingga pada akhirnya kewirausahaannya akan terus mengalami peningkatan.⁴⁹
- 3) Masyarakat merasa nyaman dalam mengonsumsi karena tidak perlu membuang waktu untuk memilih barang dan jasa (produk yang homogen) dan tidak takut ditipu dalam kualitas dan harga (informasi sempurna).⁵⁰

b. Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

⁴⁹Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 170.

⁵⁰M. Nur Rianto, Euis Amalia, *Teori Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, . . ., h. 224.

Pasar persaingan sempurna juga disinyalir akan membawa konsekuensi keburukan sebagai berikut:

- 1) Tidak mendorong adanya inovasi, sebab perusahaan tidak mempunyai dana cukup untuk kegiatan riset dan pengembangan produknya.
- 2) Konflik efisiensi keadilan, dimana pasar persaingan sempurna sangat menekankan efisiensi, tetapi dalam dunia nyata ini menimbulkan ketidakadilan.⁵¹
- 3) Ada kalanya menimbulkan ongkos, seperti adanya pengotoran lingkungan (pencemaran) dan lain sebagainya.
- 4) Ongkos produksi dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi sebagai akibat adanya *trial and error* dan persaingan.
- 5) Efisiensi penggunaan sumber-sumber daya tidak selalu menciptakan pemerataan distribusi pendapatan. Kalau distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber daya akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan menengah keatas.⁵²

6. Pasar Monopolistik

Model pasar monopolistik pertama kali diperkenalkan pada tahun 1930-an oleh E. Chamberlin dan Joan Robinson.⁵³ Pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar di mana terdapat banyak produsen dalam

⁵¹*Ibid.*, . . ., h. 224-225.

⁵²Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 170.

⁵³Ari Sudarman, *Teori Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPF, 1990, h. 127.

suatu industri yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated product*). Pasar monopolistik menjual produk yang serupa tetapi tidak persis sama, karena karena produk tersebut tidak homogen maka harganya tidak sama seperti pasar persaingan sempurna.⁵⁴ Karakteristik dari pasar monopolistik adalah sebagai berikut:

- a. Di pasar terdapat banyak produsen yang menghasilkan produk
- b. Perusahaan dapat mempengaruhi harga produk
- c. Sifat produk yang dihasilkan berbeda corak
- d. Produsen relatif mudah untuk keluar atau memasuki pasar⁵⁵
- e. Persaingan menetapkan promosi penjualan sangat mudah.⁵⁶ Pasar persaingan monopolistik, harga bukanlah faktor yang bisa mendongkrak penjualan. Bagaimana kemampuan perusahaan menciptakan citra yang baik di dalam benak masyarakat, sehingga membuat mereka mau membeli produk tersebut meskipun dengan harga mahal akan sangat berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan yang berada dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk sekaligus menjaga citra perusahaannya.⁵⁷

⁵⁴Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 194.

⁵⁵Nurul Falah Atif, etc, *Ekonomi Mikro*, Bandung: PT Refika Aditama, 2012, h. 203-204.

⁵⁶Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 194.

⁵⁷[Http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_monopolistik](http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_monopolistik), diakses pada tanggal 22-07-2013.

Apabila keseimbangan pada harga dan kuantitas output keseimbangan dianggap timbul ketidakadilan, karena perusahaan belum berada pada biaya rata-rata minimum dan harga yang harus dibayar oleh konsumen melebihi biaya marginalnya, maka terdapat dua tindakan yang mungkin untuk dilakukan, yaitu:

- a. Pemerintah membuat peraturan tentang kebijakan harga dengan konsekuensi perlunya sistem pengawasan baik fisik maupun administratif terhadap kegiatan produksi suatu perusahaan. Hal ini akan memakan biaya dan tenaga yang tidak sedikit dari pemerintah.
- b. Pemerintah memberikan subsidi dengan konsekuensi pemerintah harus memberikan subsidi paling tidak sebesar keuntungan produsen yang hilang. Hal ini akan menjadi beban permanen pada anggaran negara.⁵⁸

7. Pasar Duopoli

Pasar duopoli merupakan bentuk khusus dari pasar oligopoli yang didalam pasar hanya ada dua perusahaan (penjual). Perusahaan yang beroperasi di pasar ini disebut duopilis.⁵⁹ Menurut teori model duopoli, dalam suatu industri hanya terdapat dua perusahaan dan diasumsikan bahwa barang yang diproduksi homogen. Ada tiga model yang membahas masalah ini yaitu:

⁵⁸Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 203-204.

⁵⁹[Http://mazwaly.wordpress.com/2012/12/27/pasar-duopoli/](http://mazwaly.wordpress.com/2012/12/27/pasar-duopoli/), diakses tanggal 27-07-2013.

a. Model Cournot

Masing-masing perusahaan memperlakukan tingkat pengeluaran pesaingnya sebagai sesuatu yang tetap, dan kemudian memutuskan berapa banyak yang harus diproduksi.⁶⁰ Setiap perusahaan bertindak seakan-akan output perusahaan tetap. Perusahaan tersebut kemudian berusaha untuk memaksimalkan keuntungannya pada sisa pasar. Model ini mengarah pada keseimbangan stabil yaitu dua perusahaan akan menjual pada kuantitas yang sama pada tingkat harga yang sama pula.⁶¹

b. Model Edgeworth

Persaingan harga dari dua perusahaan, namun karena adanya keterbatasan kapasitas maka menaikkan harga merupakan pilihan berikutnya, sehingga harga menjadi fluktuatif sedemikian rupa dari harga keseimbangan monopoli dan harga pada output maksimum dari setiap perusahaan.⁶²

c. Model Chamberlin

Model Chamberlin ini sering dikatakan model realistik, memasukkan asumsi bahwa terdapat ketergantungan antar perusahaan

⁶⁰Robert S. Pyndick, Daniel L. Rubinfeld, *Mikro ekonomi Jilid 2*, Jakarta: PT Indeks, 2005, h. 111.

⁶¹Tati Suhartati Joesron, M. Fathorrazi, *Teori ekonomi Mikro*, . . ., h. 208-209.

⁶²*Ibid*, ..., h. 211.

sehingga mereka akan mencari solusi yang terbaik agar tidak dirugikan satu sama lain.⁶³

Model Chamberlin ini dalam pasar oligopoli menyatakan bahwa, suatu keseimbangan yang stabil akan terjadi jika dalam pasar tersebut sepakat hanya memakai satu harga. Hal ini disebabkan karena masing-masing perusahaan menyadari bahwa mereka saling tergantung satu sama lain. Petapan suatu harga tersebut bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan mereka masing-masing. Dalam model Chamberlin ini, membolehkan masuknya perusahaan baru yang akan bergabung dalam pasar. Masuknya perusahaan baru ini bertujuan supaya terciptanya keseimbangan yang stabil yang tidak dapat di pecahkan oleh pasar monopoli.⁶⁴

8. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Supply and Demand

Harga yang adil akan terwujud bila pasar berjalan sesuai dengan mekanismenya. Artinya tingkat harga yang berlaku di pasar benar-benar berasal dari kekuatan penawaran dan permintaan yang biasa disebut sebagai hukum “*Supply and Demand*”.⁶⁵

Penentuan harga adalah permintaan jasa/produk oleh para pembeli dan pemasaran produk dari para pedagang, oleh karena jumlah pembeli

⁶³*Ibid*, ..., h. 212

⁶⁴<http://digilib.sunan-ampel.ac.id/files/disk1/171/jiptaiin--indahayura-8535-6-babiii.pdf>, di akses tanggal 28-07-2013.

⁶⁵Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisa Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h. 106.

adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli, duopoli, oligopoli, dan persaingan sempurna. Apapun bentuk penawaran pasar tidak dilarang oleh Islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi, harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar membentuk titik keseimbangan artinya keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli, yang mana penjual dan pembeli sama-sama ridha.⁶⁶

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

- a. Intensitas dan besarnya permintaan
- b. Kelangkaan dan melimpahnya harga barang
- c. Kondisi kredit/pinjaman
- d. Diskonto pembayaran tunai.⁶⁷

Fungsi permintaan seorang muslim yang bertingkah laku seperti yang digambarkan pada syari'ah Islam tidak akan sama dengan fungsi permintaan konvensional. Permintaan seorang muslim yang tingkat

⁶⁶Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam, ..., h. 86-99.

⁶⁷Muhammad, *Mekanisme Pasar Dalam Islam: Tinjauan sejarah*, Milah Jurnal Studi Agama Vol II No 2, ..., h. 40-50.

keimanannya tinggi permintaannya berdasarkan optimalisasi tingkat kepuasan.⁶⁸

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibn Taimiyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Pengaruh *mashlahah* terhadap permintaan tidak bisa dijelaskan secara sederhana sebab ini tergantung kepada tingkat keimanan.⁶⁹ Sebab tingkat kebutuhan manusia didunia adalah terbatas sehingga ketika konsumsi dilakukan secara berlebih-lebihan maka akan terjadi penurunan *mashlahah* duniawi. Dengan demikian kehadiran *mashlahah* akan memberi “warna” dari kegiatan yang dilakukan oleh konsumen mukmin. Jadi, nilai *mashlahah* akan menjadi sebuah warna dalam permintaan seorang konsumen karena sesuatu yang akan dikonsumsi lebih kepada nilai manfaat dan berkah.⁷⁰

Mengkaji masalah demand, Ibnu Khaldun membahas faktor-faktor penentu yang menaikkan dan menurunkan permintaan. Menurutnya, setidaknya ada lima faktor, yaitu :Harga, pendapatan, jumlah penduduk, kebiasaan masyarakat dan pembangunan kesejahteraan umum. Sedangkan dalam konteks supply, faktor-faktor penentunya ada enam, yaitu: Harga,

⁶⁸Jusmaliani, etc, *Kebijakan Ekonomi Dalam Islam*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005, h. 217.

⁶⁹[Http://ekonomisyariah-iainj.blogspot.com/2012/03/mekanisme-pasar-islam_16.html](http://ekonomisyariah-iainj.blogspot.com/2012/03/mekanisme-pasar-islam_16.html), Di Akses tanggal 08-04-2013

⁷⁰Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008, h. 147.

permintaan, laju keuntungan, buruh, keamanan, tingkat kesejahteraan masyarakat.⁷¹

Penawaran dalam Islam ada pengaruh zakat perniagaan di mana produsen berusaha memaksimalkan profit berarti pula memaksimalkan *producer surplus*, dan sekaligus memaksimalkan zakat yang harus dibayar. Jadi dengan adanya pengenaan zakat perniagaan perilaku memaksimalkan profit berjalan sejalan dengan perilaku memaksimalkan zakat.⁷²

9. Mekanisme Pasar dan Harga Dalam Islam

Menurut susunan masyarakat Islam harga yang wajar bukanlah konsensi, tetapi fundamental yang dikuatkan oleh hukum negara. Penentuan harga yang aktual akan menjadi soal penentuan yang benar, karena dasar teori Islam adalah prinsip koperasi dan persaingan sehat, bukan persaingan monopoli yang dibawah ekonomi kapitalis. Artinya persaingan disini adalah persaingan yang bebas dari spekulasi, penimbunan, penyelundupan dan lain-lain.⁷³

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip yang oleh Yusuf Qardhawi: “penentuan harga mempunyai dua bentuk, ada yang boleh dan ada yang haram. Ta’sir ada yang zalim itulah yang diharamkan dan ada yang adil,

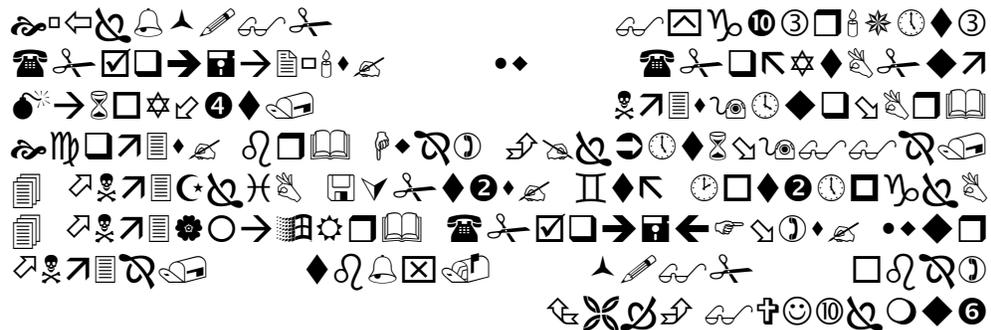
⁷¹[Http://eki-blogger.blogspot.com/2012/09/teory-permintaan-dan-penawaran-ibnu.html](http://eki-blogger.blogspot.com/2012/09/teory-permintaan-dan-penawaran-ibnu.html), Di Akses Tanggal 08-04-2013.

⁷²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: RajaGrafindo, 2007, h. 135.

⁷³Muhammad Abdul Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek (Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Intermasa, 1992, h. 150.

itulah yang dibolehkan.⁷⁴ Tingkat harga tidak hanya bergantung pada penawaran akan tetapi kekuatan permintaan juga penting. Kenaikan atau penurunan tingkat harga tidak selalu berhubungan dengan kenaikan dan penurunan produksi.⁷⁵

Titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak.⁷⁶ Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT, Q.S Annisa: 29.



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, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁷⁷

Ibnu Taimiyah mengatakan: Dalam konsep Ekonomi Islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada *genuine demand* dan *genuine supply*, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui *market intervention*. Sedangkan bila

⁷⁴H.Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*,..., h. 86-99.

⁷⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003, h. 220.

⁷⁶H.Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*,..., h. 86-99.

⁷⁷Al-Qur'an Surah Annisa: 29.

penyebabnya adalah distorsi terhadap *genuine demand* dan *genuine supply*, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk penentuan price intervention untuk mengembalikan harga pada keadaan sebelum distorsi.⁷⁸

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, diantaranya:

- a. *Ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Abu Hurairah meriwayatkan hadist Rasulullah SAW. Sebagai berikut:

“Barang siapa yang melaukan ihtikar untuk merusak harga pasar sehingga harga naik secara tajam, maka ia berdosa”. (Riwayat Ibnu Majah dan Ahmad).

Membeli barang dengan memborong atau menimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik, karena kelangkaan barang tersebut. Hal ini salah salah satu jual beli yang dilarang karena menyiksa pihak pembeli disebabkan mereka memperoleh barang keperluan pada saat harga standar.

Dalam hadis Rasulullah saw, bersabda:

“Tidak ada orang yang menahan barang kecuali orang yang berbuat salah”. (HR. Muslim).

Dari Umar bin al-khaththab telah bersabda Rasulullah saw:

⁷⁸Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*,..., h. 86-99.

“*Saudagar itu diberi rezeki, sedangkan yang menimbun itu dilaknat*”.
(HR. Ibnu Majah dan Hakim).⁷⁹

Dalam hubungan ini para Ahli Fiqih berpendapat, bahwa yang dimaksud dengan penimbunan terlarang atau diharamkan adalah bila terdapat syarat sebagai berikut:

- 1) Bahwa barang yang ditimbun adalah kelebihan dari kebutuhan, serta tanggungan untuk persediaan untuk setahun penuh. Karena seseorang tanggungan untuk persediaan nafkah untuk dirinya dan keluarganya dalam tenggang waktu selama satu tahun.
 - 2) Barang-barang yang ditimbunnya itu dalam usaha menunggu saat naiknya harga, sehingga barang tersebut dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi, dan para konsumen sangat membutuhkan barang tersebut.
 - 3) Penimbunan itu dilakukakn pada saat manusia sangat membutuhkan barang yang ia timbun, seumpamanya makanan pakaian dan lain-lain dalam hal ini bila barang yang ada di tangan pedagang tidak dibutuhkan para konsumen, maka tidak dianggap sebagai penimbunan, karena tidak mengakibatkan kesulitan bagi manusia.
- Penimbunan barang yang diharamkan adalah penimbunan barang yang menjadi kebutuhan primer bagi manusia seperti makanan, lain dengan

⁷⁹Abdul Rahman Ghazali, et. al, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 86.

kebutuhan sekunder bagi manusia, tidak diharamkan sebab manusia tidak begitu berharap terhadap barang tersebut.⁸⁰

- b. *Ghabanfaa-hisy*(besar) dilarang yaitu menjual di atas harga pasar. *Ghaban* adalah selisih antara harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga pasar akibat ketidaktahuan pembeli akan harga.
- c. *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah pedagang desa kekota ini akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- d. Mengurangi timbangan dilarang karena barang yang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
- e. Transaksi *Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- f. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.⁸¹

Sebuah pasar yang ideal yaitu pasar yang mendatangkan kemaslahatan bagi para pelaku pasar itu sendiri. Untuk itu diperlukan adanya aturan yang dapat menciptakan pasar dan harga yang sesuai ajaran

⁸⁰Mulyadi, *Pandangan Hukum Islam Terhadap Penimbunan Barang Konsumtif Dalam Kegiatan Ekonomi*, (<http://fai.ummg.ac.id/fai.jurnal/Pandangan%20Hukum%20Islam%20terhadap%20Penimbunan%20Barang%20Konsumtif%20dalam%20Kegiatan%20Ekonomi.pdf>), diakses pada tanggal 23-07-2013.

⁸¹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, ..., h. 153.

Islam.⁸² Dalam pemikiran ekonomi Islam hal ini biasa dikenal dengan regulasi harga yang sebenarnya sudah tidak populer lagi. Regulasi harga yang tidak tepat justru dapat menciptakan ketidakadilan. Regulasi harga diperbolehkan pada kondisi-kondisi tertentu dengan berpegang tetap pada nilai keadilan. Regulasi harga ini harus menunjukkan tiga fungsi dasar:

- a. Fungsi ekonomi yang berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan realokasi sumber daya ekonomi.
- b. Fungsi sosial dalam memelihara keseimbangan sosial antara masyarakat kaya dan miskin.
- c. Fungsi moral dalam menegakkan nilai-nilai syari'ah Islam, khususnya yang berkaitan dalam transaksi ekonomi (misalnya kejujuran, keadilan, kemanfaatan/*mutual goodwill*).⁸³

Regulasi harga dan pasar memang sangat penting dilakukan, sebab penetapan harga yang tidak adil akan mengakibatkan timbulnya kondisi yang bertentangan dengan yang diharapkan, membuat situasi pasar memburuk yang akan merugikan konsumen. Namun, penetapan harga tidak boleh dilakukan sewenang-wenang, harus ditetapkan melalui musyawarah.

⁸²Said Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004, h. 84.

⁸³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, ..., h. 335.

Harga harus ditetapkan dengan pertimbangan agar bisa diterima oleh semua pihak dan akibat buruk dari penetapan harga tersebut bisa dihindari.⁸⁴

a. Intervensi Harga Dalam Islam

Menurut ajaran Islam siapa pun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) ada penjual lain. Jadi monopoli boleh saja, namun siapapun dia tidak boleh melakukan *ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus untuk melindungi hak keduanya.⁸⁵

Intervensi harga ini bertujuan untuk mewujudkan kerelaan dan mencegah terjadinya kezaliman. Kewajiban intervensi harga dengan *Saddu al-dzara'i* (mencegah terjadinya kerusakan) yaitu negara mempunyai hak melakukan intervensi harga apabila terdapat eksploitasi harga terhadap komoditas yang ada atau kebutuhan pokok masyarakat, dengan menaikkan harga tanpa adanya justifikasi yang dibenarkan oleh hukum. Dalam kondisi ini pedagang tidak boleh menjual komoditas kecuali dengan harga yang adil.⁸⁶

Kebolehan intervensi harga anatar lain karena:

⁸⁴Djawahir Hejazziey, *Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Al-Qalam Jurnal Ilmiah Bidang Keagamaan dan Kemasyarakatan, , 2011, h. 535-558.

⁸⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, ..., h. 162.

⁸⁶Said Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, ..., h. 86-87.

- 1) Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat, yaitu melindungi penjual dalam hal *profit margin* sekaligus melindungi pembeli dalam *purchasing power*.
- 2) Bila tidak dilakukan *price intervention* maka penjual dapat menaikkan harga dengan iktikar atau ghaban faa-hisy. Dalam hal ini si penjual menzalimi si pembeli.⁸⁷

Ibnu Taimiyah menjelaskan tiga keadaan di mana price intervention harus dilakukan:

- 1) Produsen tidak mau menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi dari pada reguler market price, padahal konsumen membutuhkan barang tersebut. Dalam keadaan ini pemerintah dapat memaksa produsen untuk menjual barangnya dan menentukan harga yang adil.
- 2) Produsen menawarkan pada harga yang terlalau tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta harga pada yang terlalau rendah menurut produsen. Maka intervensi harga harus dilakukan dengan musyawarah dari konsumen dan produsen yang difasilitasi oleh pemerintah. Selanjutnya pemerintah menentukan harga tersebut sebagai harga yang berlaku.⁸⁸

⁸⁷Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, ..., h.163.

⁸⁸*Ibid*,..., h. 164.

b. Intervensi Pemerintah Dalam Mengawasi Pasar (Al-Hisbah)

Menurut Islam, negara memiliki hak untuk ikut campur (intervensi) dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu, baik untuk mengatur atau melaksanakan beberapa macam kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh individu-individu tersebut.⁸⁹ Al-Hisbah merupakan suatu lembaga yang berfungsi untuk memerintahkan kebaikan sehingga menjadi kebiasaan dan melarang hal yang buruk ketika hal itu telah menjadi kebiasaan umum.⁹⁰

Tujuan *hisbah* tidak hanya memungkinkan pasar dapat beroperasi secara bebas sehingga harga, upah, dan laba dapat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran (yang juga terjadi dalam negara kapitalis), melainkan juga untuk menjamin bahwa semua agen ekonomi dapat memenuhi ketentuan *syari'at*. Setiap tindakan kehati-hatian perlu diambil untuk menjamin bahwa tak ada “pemaksaan, penipuan, pemanfaatan kesempatan dalam kesempatan, atau pengabaian terhadap pihak yang melakukan akad,” dan tak ada penimbunan dan perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga.⁹¹ Tugas *hisbah* secara spesifik adalah mengawasi berbagai kegiatan ekonomi pasar, menjaga mekanisme

⁸⁹Djawahir Hejazziey, *Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Al-Qalam Jurnal Ilmiah Bidang Keagamaan dan Kemasyarakatan, , 2011, h. 535-558.

⁹⁰Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, ..., h. 342.

⁹¹M. Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi: Sebuah Tinjauan Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 64.

pasar berjalan normal dan tidak ada distorsi, dan melakukan tindakan korektif terjadi distorsi pasar.⁹²

Berdasarkan uraian di atas, dapat digambarkan fungsi institusi *hisbah* yang berlaku sebagai institusi pengawas pasar sebagai berikut:

- 1) Fungsi Ekonomi, yang berfungsi meningkatkan produktivitas dan pendapatan si miskin, lewat alokasi dan realokasi sumber daya. Pengawasan yang etis di pasar akan menciptakan perekonomian yang fair dan beradab. Fungsi utama institusi *hisbah* yang dijalankan lewat tugas supervisi (pengawasan), yaitu tugas *muhtasib* (pengawas pasar), regulasi (pengaturan) dan tugas kolektif.
- 2) Fungsi sosial adalah sebagai mewujudkan keadilan sosial dan keadilan distributif dalam masyarakat, lewat tugasnya menyampaikan informasi yang berkembang dipasar kepada kedua belah pihak, memberikan kesempatan berusaha yang sama kepada setiap orang, menghilangkan penguasaan-penguasaan sepihak jalur produksi dan distribusi di pasar, menghilangkan distorsi pasar dan melakukan intervensi yang dianggap perlu, serta memastikan berlangsungnya *munafasah Islamiyah* (kompetisi Islami) di pasar, yaitu kompetisi yang dijiwai oleh Qur'an dan hadist dan semangat kemitraan antara produsen dan konsumen.

⁹²Hafas Furqani, *Prosiding Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islami II "Sinergi Sektor Riil dan Sektor Keuangan Untuk Kebangkitan Sistem Ekonomi Islami di Indonesia (Hisbah: Institusi Pengawas Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam "Kajian Sejarah Konteks Kekinian"*, Malang: PPBEI Fakultas ekonomi Universitas Brawijaya Malang, 2004, h. 165.

- 3) Fungsi moral tugasnya adalah mewujudkan sebuah perekonomian yang “bermoral” yang dilandasi al-Qur’an dan Hadist. Pada tataran yang lebih luas adalah melakukan amar ma’ruf nahi mungkar, mencapai kebahagiaan material dan spiritual.⁹³
- 4) Menjamin tidak adanya praktik monopolistik para pelaku pasar, baik, yang berkaitan dengan produk, faktor produksi maupun permainan harga.
- 5) Menjamin instrumen harga barang dan jasa ditentukan sesuai dengan hukum penawaran dan permintaan. Pada kondisi ini tidak ideal atau darurat, otoritas (wilayah) *hisbah* dapat melakukan intervensi.⁹⁴

Jadi, *hisbah* adalah lembaga yang merupakan suatu agen independen sehingga terlepas dari kepentingan kelompok tertentu atau pemerintah itu sendiri. Di mana teknis operasionalnya akan dijalankan oleh kementerian, departement, dinas, atau lembaga, lain yang terkait.⁹⁵

10. Teori Akad

a. Pengertian Akad

Kata akad berasal dari bahasa Arab *al-‘aqad* yang secara etimologi berarti perikatan, perjanjian, dan permufakatan, (*al-ittifaq*). Secara terminologi fiqh, akad didefinisikan dengan:

⁹³*Ibid*,..., h. 171.

⁹⁴Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 180.

⁹⁵M. Nur Rianto, Euis Amalia, *Teori Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 277.

“Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat⁹⁶ yang berpengaruh kepada objek perikatan”.⁹⁷

Secara umum, pengertian akad dalam arti luas hampir sama dengan pengertian akad dari segi bahasa menurut pendapat ulama Syafi’iyah, Malikiyah, dan Hanabilah, yaitu:

*“Segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginan sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang seperti jual beli, perwakilan, dan gadai.”*⁹⁸

Hasby Ash Siddieqy, yang mengutip definisi yang dikemukakan Al-Sanhury, akad ialah: “Perikatan ijab dan kabul yang dibenarkan syara’ yang menetapkan kerelaan kedua belah pihak”.

Pengertian akad dalam arti khusus yang dikemukakan ulama fiqih, yaitu: “Perikatan yang ditetapkan dengan ijab kabul berdasarkan ketentuan syara’ yang berdampak pada objeknya.” Dan “Pengaitan

⁹⁶Pencantuman kata-kata yang “Sesuai dengan kehendak syariat” maksudnya bahwa seluruh perikatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih tidak dianggap sah apabila tidak sejalan dengan kehendak syara’. Misalnya, kesepakatan untuk melakukan transaksi riba, menipu orang lain, atau merampok kekayaan orang lain. Adapun pencantuman kata-kata “berpengaruh pada objek perikatan” maksudnya adalah terjadinya perpindahan kepemilikan dari satu pihak (yang menyatakan kabul).

⁹⁷Abdul Rahman Ghazali, et. al, *Fiqh Muamalat*, ..., h. 51.

⁹⁸Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001, h. 44.

ucapan salah seorang yang akad dengan yang lainnya secara syara' pada segi yang tampak dan berdampak pada objeknya".⁹⁹

b. Rukun Akad

- 1) *'Aqid*, ialah orang yang berakad, terdiri dari masing-masing orang atau beberapa pihak, seperti antara penjual dan pembeli.
- 2) *Ma'qud*, ialah benda-benda yang dijual dalam dalam akad jual beli, atau bisa juga disebut dengan objek akad.
- 3) *Maudhu' al-A'qad*, ialah tujuan atau maksud pokok mengadakan akad. Berbeda akad, maka berbedalah tujuan akad pokok akad, dalam akad jual beli misalnya, tujuan pokoknya ialah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan ada gantinya.
- 4) *Shighat al-'Aqad*, ialah ijab dn kabul, ijab ialah permulaan penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad, sedangkan qabul ialah perkataan yang keluar dari pihak berakad pula, yang diucapkan setelah adanya ijab. Pengertian ijab dan kabul pada saat sekarang ialah bertukarnya sesuatu dengan yang lain sehigga penjual dan pembeli dalam membeli sesuatu tekadang tidak berhadapan.¹⁰⁰

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam *Shighat al-'aqd* ialah:

⁹⁹Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah ...*, h. 44.

¹⁰⁰Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalat (Membahas Ekonomi Islam)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002, h. 47.

- a) *Shighat al-'aqd* harus jelas pengertiannya. Kata-kata dalam ijab kabul harus jelas dan tidak memiliki banyak pengertian. Misalnya: “Aku serahkan barang ini”. Menyerahkan benda tersebut belum jelas apakah sebagai pemberian, penjualan, atau titipan. Jadi harus jelas barang yang diberikan misalnya: “Aku serahkan benda sebagai hadiah atau pemberian”
- b) Harus bersesuaian antara ijab dan kabul. Antara yang berijab dan menerima tidak boleh berbeda lafal, misalnya seseorang berkata: “Aku serahkan benda ini kepadamu sebagai titipan”, tetapi yang mengucapkan kabul berkata: “Aku terima benda ini sebagai pemberian”.
- c) Menggambarkan kesungguhan kemauan dari pihak-pihak yang bersangkutan, tidak terpaksa, dan tidak karena diancam atau ditakut-takuti oleh orang lain karena dalam *tijarah* (jual beli) harus saling merelakan.¹⁰¹

c. Syarat-syarat Akad

Syarat-syarat umum yang harus dipenuhi dalam berbagai macam akad sebagai berikut:

- 1) Kedua orang melakukan akad cakap bertindak (ahli). Tidak sah jika orang yang melakukan tidak cakap, seperti orang gila, orang yang dibawah pengampunan (*mahjur*), dan karena boros.

¹⁰¹Abdul Rahman Ghazali, et. al, *Fiqh Muamalat*, ..., h. 53.

- 2) Yang dijadikan objek akad dapat menerima hukumnya.
- 3) Akad itu diizinkan oleh *syara'*, dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukannya, walaupun dia bukan *'aqid* yang memiliki barang.
- 4) Janganlah akad itu akad dilarang oleh *syara'*, seperti jual beli *mulasamah* (saling merasakan).
- 5) Akad dapat memberikan faedah, sehingga tidaklah sah bila *rahn* (gadai) dianggap sebagai imbalan amanah (kepercayaan).
- 6) Ijab itu berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi kabul. Ijab itu berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi kabul. Maka apabila orang yang berijab menarik kembali ijbanya sebelum kabul maka batallah ijabnya.
- 7) Ijab dan kabul mesti bersambung, sehingga bila seseorang yang berijab telah terpisah sebelum adanya kabul, maka ijab tersebut menjadi batal.¹⁰²

d. Transaksi Akad Sahih dan Batil

Akad sah ialah akad yang telah memenuhi rukun-rukun dan syarat-syaratnya. Hukum dari akad sah ini adalah berlakunya seluruh akibat hukum yang ditimbulkan itu dan mengikat kepada pihak-pihak yang berakad.¹⁰³ Ahli-ahli hukum Hanafi mendefinisikan akad batil secara singkat “akad yang secara *syara'* tidak sah pokok dan sifatnya”.

¹⁰²*Ibid*, ..., h. 55.

¹⁰³*Ibid*, ..., h. 56

Yang dimaksud dengan akad pokok tidak memenuhi ketentuan syara' dan karena itu tidak sah adalah akad yang tidak memenuhi seluruh rukun dan syaratnya.¹⁰⁴ Akad yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukun tersebut termasuk akad yang batil (batal) dan fasid (rusak).

Suatu akad batil apabila akad itu tidak memenuhi salah satu rukun atau ada larangan langsung dari *syara'*. Mislanya, objek jual beli itu tidak jelas atau terdapat unsur tipuan. Adapun akad fasid merupakan suatu akad yang pada dasarnya disyariatkan, akan tetapi sifat yang diakadkan itu tidak jelas. Misalnya menjual rumah yang tidak ditunjukkan tipe, jenis dan bentuk rumah yang akan dijual. Menurut ulama Hanafiyah jual beli tersebut fasid, jual beli tersebut dianggap sah apabila menjelaskan bentuk, tipe, jenis rumah yang akan dijual.¹⁰⁵

Cara membedakan fasid dan batil dapat dilihat dari :

- 1) Apabila kerusakan berhubungan dengan, komoditi (barang) berarti *bai'nya* batil.
- 2) Apabila kerusakan berhubungan dengan harga berarti fasid .¹⁰⁶

11. Penetapan Harga (*Tas'ir*) Dalam Ekonomi Islam

Menurut Ekonomi Islam, penetapan harga suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjualbelikan tidak boleh menzalimi

¹⁰⁴Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah (Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010, h. 246

¹⁰⁵Abdul Rahman Ghazali, et. al, *Fiqh Muamalat, ...*, h. 57-58.

¹⁰⁶Id.shvoong.com/society-and-news/opinion/2277198-bai-fasid-wal-batil/, online 02-04-2013.

pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penetapan harga yang demikian dalam persepektif Ekonomi Islam disebut sebagai *tas'ir*.¹⁰⁷

Menurut Sayyid Sabiq, penetapan harga dalam Islam sangat penting dan merupakan aspek penentu kegiatan ekonomi suatu tatanan masyarakat Islam. Lebih lanjut Sayyid Sabiq menyatakan bahwa:

a. Larangan Menetapkan Harga

Anas r.a meriwayatkan bahwa para sahabat pernah berkata, “Wahai Rasulullah SAW, harga-harga mahal. Oleh karena itu, tetapkanlah harga bagi kami.” Rasulullah SAW pun bersabda:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى
اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Artinya: Sesungguhnya Allahlah yang menetapkan harga, mengenggam, membentangkan, dan memberi rezeki. Dan sesungguhnya aku benar-benar berharap dapat bertemu dengan Allah tanpa ada seorang pun di antara kalian yang menuntutku atas sebuah kezaliman dalam darah atau harta.¹⁰⁸

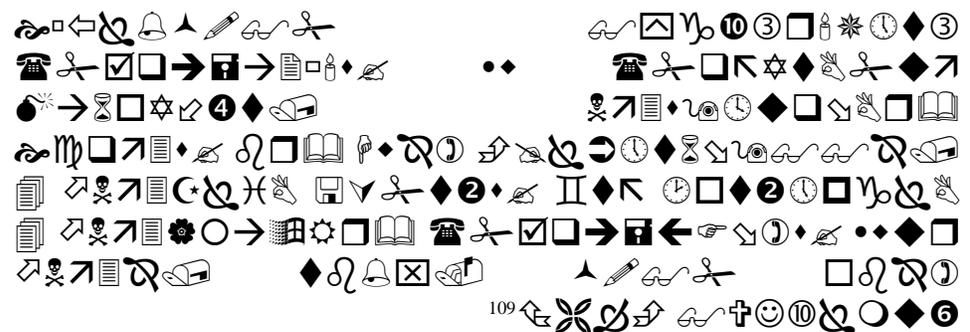
Berdasarkan hadis di atas, para ulama menyimpulkan bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kezaliman. masyarakat bebas untuk melakukan transaksi finansial. Dan, pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan

¹⁰⁷Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “Fiqhus Sunnah” penerjemah Abu Syaqqina dan Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang, 2013, h. 81.

¹⁰⁸Sayyid Sabiq, *Ibid*.

kebebasan ini. Pemeliharaan kemaslahatan pembeli tidaklah lebih utama dari dibanding kemaslahatan penjual. Apabila kedua hal ini saling dihadapkan maka kedua pihak harus memberi kesempatan untuk berjihad tentang kemaslahatan keduanya.

Asy-Syaukani berkata: “Manusia diberi kekuasaan atas harta mereka, sementara penetapan harga membatasi mereka. Pemimpin diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan kaum muslimin. Dan perhatiannya terhadap kemaslahatan pembeli dengan memurahkan harga tidaklah lebih utama daripada perhatiannya terhadap penjual dengan memahalkan harga. Apabila kedua hal ini berhadapan maka keduanya dapat berjihad. Diwajibkannya pemilik barang untuk menjual harga yang tidak diridhainya bertentangan dengan firman Allah SWT:



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; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

¹⁰⁹Q.S. An-Nisa[4]:29.

Penetapan harga mengakibatkan hilangnya barang. Hal itu mengakibatkan kenaikan harga. Dan, kenaikan harga membahayakan orang-orang fakir. Mereka tidak mampu membelinya. Sementara itu orang kaya mampu membeli di pasar gelap dengan keurangan yang besar. Masing-masing dari keduanya pun terjatuh dalam kesempitan dan kesusahan. Sehingga tidak ada masalah yang terwujud dalam keduanya.¹¹⁰

b. Menetapkan Harga Saat Dibutuhkan

Apabila para pedagang bertindak sewenang-wenang dan melampaui batas sehingga membahayakan pasar maka wajib atas penguasa untuk melakukan intervensi dan menetapkan harga demi menjaga hak-hak masyarakat, demi mencegah penimbunan, dan demi menghilangkan kezaliman yang menimpa para pembeli karena kerakusan pedagang. Oleh, karena itu, Imam Malik membolehkan pembatasan harga. Sebagian dari para ulama Mazhab Syafi'i juga membolehkannya ketika harga-harga mahal. Yang membolehkannya dalam banyak barang adalah kelompok Imam Zaidiyah, di antaranya Said bin Musayyab, Rabi'ah bin Abdurrahman, dan Yahya bin Sa'ad al-Anshari. Semuanya membolehkan penetapan harga apabila maslahat masyarakat umum mengharuskan hal itu. Jadi, penguasa tidak boleh menetapkan harga bagi masyarakat. Akan tetapi, apabila para pemilik makanan bertindak sewenang-wenang dan

¹¹⁰Sayyid Sabiq, *Ibid.*, h. 82-83

emalampaui batas, sementara dia tidak menjaga hak-hak kaum muslimin kecuali dengan menetapkan harga, maka dia boleh melakukannya dengan meminta pertimbangan dari orang-orang yang pandai dan bijak.

12. *Maqa>shid Asy-Syariah* Persepektif Ekonomi

Ilmu ekonomi Islam dapat didefinsikan sebagai suatu cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka yang seirama dengan *maqa>shid asy syariah* menurut as-Shatibi yaitu menjaga agama (*li h}ifdz al din*), jiwa manusia (*li h}ifdz an nafs*), akal (*li h}ifdz al 'akl*), keturunan (*li h}ifdz al nasl*) dan menjaga kekayaan (*li h}ifdz al ma>l*) tanpa mengekang kebebasan individu.¹¹¹

Maqa>shid membahas masalah mengenai, pengayaan agama, diri, akal, keturunan, dan harta benda sebenarnya telah menjadi fokus utama usaha semua manusia. Manusia itu sendiri menjadi tujuan sekaligus alat. Tujuan dan alat dalam pandangan al-Ghazali dan juga pra fuqaha lainnya, saling berhubungan satu sama lain dan berada dalam satu proses perputaran sebab-akibat. Realisasi tujuan memperkuat alat dan lebih jauh akan mengintensifkan realisasi tujuan. Imama al-Ghazali dan asy-Syatibi mengurutkan keimanan (agama), kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda secara radikal berbeda dari urutan ilmu ekonomi konvensional, di mana keimanan tidak memiliki tempat, sementara kehidupan, akal, dan

¹¹¹Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007, h. 2

keturunan, sekalipun dipandang penting, hanya dianggap variabel eksogenous (di luar sistem). Karena itu, tidak mendapatkan perhatian yang memadai.¹¹²

Harta material ($ma > l$) sangat dibutuhkan, baik untuk kehidupan duniawi maupun ibadah. Manusia membutuhkan harta untuk pemenuhan kebutuhan makanan, minuman, pakaian, rumah, kendaraan, perhiasan sekedarnya dan berbagai kebutuhan lainnya untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Selain itu, hampir semua ibadah memerlukan harta, misalnya zakat, infak, sedekah, haji, menuntut ilmu, membangun sarana-sarana peribadatan, dan lain-lain. Tanpa harta yang memadai kehidupan akan menjadi susah, termasuk menjalankan ibadah.¹¹³ Harta benda ditempatkan pada urutan terakhir. Hal ini tidak disebabkan ia adalah perkara yang tidak penting, namun karena harta itu tidak dengan sendirinya membantu perwujudan kesejahteraan bagi semua orang dalam dalam sautu pola yang adil kecuali jika faktor manusia itu sendiri telah direformasi untuk menjamin beroperasinya pasar secara *fair*. Jika harta benda ditempatkan pada urutan pertama dan menjadi tujuan itu sendiri, akan menimbulkan ketidakadilan yang kian buruk, ketidakseimbangan, dan eksese-eksese lain yang pada gilirannya akan mengurangi kesejahteraan mayoritas generasi sekarang maupun yang akan datang. Oleh karena itu, keimanan dan harta

¹¹²*Ibid.*, h. 102.

¹¹³P3EI UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2012, h. 7.

benda, keduanya memang diperlukan bagi kehidupan manusia, tetapi imanlah yang membantu menyuntikkan suatu disiplin dan makna dalam memperoleh penghidupan dan melakukan pembelanjaan sehingga memungkinkan harta itu memenuhi tujuannya secara lebih efektif.¹¹⁴

Tiga tujuan yang berada di tengah (diri manusia, akal dan keturunan) berhubungan dengan manusia itu sendiri, di mana kebahagiaannya merupakan tujuan utama syariat. Ketiga persoalan ini meliputi kebutuhan-kebutuhan intelektual dan psikologis, moral dan fisik generasi sekarang dan yang akan datang. Arah tegas yang diberikan oleh keimanan dan komitmen moral kepada pemenuhan semua kebutuhan.¹¹⁵ Oleh karena itu, dengan memasukkan unsur diri manusia, akal, dan keturunan dalam model ktia ini, akan memungkinkan terciptanya suatu pemenuhan yang seimbang terhadap semua kebutuhan hidup manusia. Ia juga dapat membantu menganalisis variabel-variabel ekonomi yang penting seperti konsumsi, tabungan, investasi, kerja, produksi, alokasi dan distribusi kekayaan dalam suatu cara yang membantu mewujudkan kesejahteraan untuk semua.¹¹⁶ Sehingga penetapan harga merupakan salah satu upaya konkret dalam pemeliharaan harta demi kemaslahatan hidup sebagaimana *maqashid asy syariah* dalam persepektif ekonomi.

¹¹⁴M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Terjemahan Ikhwan Abidin B, Jakarta: Gema Insani Press, 2000., h. 105.

¹¹⁵M. Umer Chapra, *Ibid.*, h. 106.

¹¹⁶M. Umer Chapra, *Ibid.*