

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Penetapan Harga dalam Islam

a. Penetapan Harga Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar), maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan. Akibatnya, penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Ibnu Khaldun juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.¹⁵

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

¹⁵Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), hal.223.

suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.¹⁶

b. Penetapan Harga Abu Yusuf

Pembentukan harga menurut menurut Abu Yusuf. Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al-Rasyid. Dalam kitabnya *Al-Kharaj*, buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar.¹⁷

Abu Yusuf menyatakan, tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada batasan yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan.

Abu Yusuf berpendapat harga tidak bergantung pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada beberapa variable lain yang mempengaruhi, tetapi dia tidak menjelaskan lebih rinci. Bisa jadi, variable itu adalah pergeseran dalam

¹⁶Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hal.361.

¹⁷Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam;pendekatan teoritis*, Cet-1, (Jakarta: Kencana Prenamedia Grup, 2008),hal. 231.

permintaan atau jumlah uang yang beredar di suatu negara, atau penimbunan dan penahanan barang atau semua hal tersebut.¹⁸

c. Penetapan Harga Al-Ghazali

Al-Ghazali pernah berbicara mengenai, harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian hari dikenal sebagai *at-tsaman al 'adil* (harga yang adil) dikalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) di kalangan ilmuwan kontemporer.¹⁹ Al Ghazali juga memperkenalkan teori permintaan dan penawaran; jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah, dan harga dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang di pasar.

Ghazali juga memperkenalkan *elastisitas* permintaan, ia mengidentifikasi permintaan produk makanan adalah inelastic, karena makanan adalah kebutuhan pokok.²⁰ berkaitan dengan ini, ia menyatakan bahwa laba seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang.²¹

¹⁸Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal.155.

¹⁹Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, Cet. Ke-2, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004),hal. 290.

²⁰Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal.228.

²¹Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, Cet. Ke-2, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal.292.

d. Penetapan Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah mengatakan, Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs aladl*). Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara sebagai harga yang adil. Dalam *Majwu fatawa-nya* Ibnu Taimiyah mendefinisikan *equivale price* sebagai harga baku dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus.

Sementara dalam *al-Hisbah*, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas-kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan.²² Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurut harga akan naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil.²³

Ia mengatakan, jika penduduk menjual barangnya dengan cara yang normal (*al-wajh al-ma'ruf*) tanpa menggunakan cara-cara yang

²²Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. Ke-6, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014),hal. 332.

²³A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah, Anshari Thayib*, (jakarta: PT Bina Ilmu Offset, 1997),hal. 12

tidak adil, kemudian harga itu meningkat karena pengaruh kekurangan persediaan barang itu atau meningkatnya jumlah penduduk (meningkatnya permintaan). Dalam kasus seperti itu, memaksa penjual untuk menjual barangnya pada harga khusus merupakan paksaan yang salah (*ikrah bi ghairi haq*), karena bisa merugikan salah satu pihak. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.²⁴

Ada dua termasuk yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil (*'Iwad al-Mitsl*) dan harga yang setara/adil (*Tsaman al-Mitsl*). Dia berkata: Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*Nafs al-'Adl*).²⁵

2. Konsep Harga yang Adil dalam Ekonomi Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam

²⁴Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. Ke-6, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 332.

²⁵Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam...*, 210

bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si'r al- mitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-'adl*. Istilah *qimah al'adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (*shahih muslim*). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyat* (denda), setelah nilai dirham 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, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya.

Meskipun istilah-istilah diatas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan al-Khulafa' al-Rasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasaan harga ini, yaitu: *'iwad al mits* (*equivalen compensation/ kompensasi yang setara*). Dalam alhisbahnya ia mengatakan: “ Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksirkan oleh hal-hal yang setara dan dan itulah esensi keadilan (*nafs al- 'adl*)”. Dimanapun ia membedakan

antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai, dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil.

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

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

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.²⁶

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

1. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*.
2. Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara iktikar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
3. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil, sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.²⁷

²⁶Ibid, hal.351

²⁷Heri Sudarsono, Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar (Yogyakarta: Ekonomisia,2002), hal.203

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi islam. Menegakkan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syariah*. Sayyid Qutb menyebutkan keadilan sebagai unsur pokok komprehensif dan terpenting dalam aspek seluruh kehidupannya.²⁸

Menurut Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), berdasarkan makna adil yang ada dalam Al-qur'an sebagaimana disebutkan diatas, maka bisa dirutunkan nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut:²⁹

a. Persamaan Kompensasi

Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan inilah yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya

b. Persamaan Hukum

²⁸Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta:Rajawali Press,2009),hal.59

²⁹Ibid,hal.60

Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama di muka hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang di muka hukum atas dasar apa pun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak adal alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari kedua golongan tersebut.

c. Moderat

Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah-tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang jika seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengah. Hal ini memberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

d. Proporsional

Adil tidak selalu diartikan kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proporsional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan, tanggung jawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

3. **Pandangan Ulama Tentang Harga**

Konsep harga menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al-Quraan sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat

manusia. Oleh karena itu adalah hal yang wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga dengan hal ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.

Istilah harga yang adil telah disebutkan dalam beberapa hadist Nabi dalam konteks kompensasi seorang pemilik misalnya seorang majikan membebaskan budaknya, dalam hal ini budak tersebut menjadi manusia mardeka dan pemiliknya memperoleh kompensasi yang adil (*qimqh al-adl*) istilah yang sama juga telah pernah digunakan sahabat Nabi yakni Umar ibn Al-Khatab. Ketika menetapkan nilai baru untuk *diyat*, setelah daya beli dirham mengalami penurunan mengakibatkan kenaikan harga-harga.

Para Fuqaha telah menyusun berbagai aturan transaksi bisnis juga menggunakan konsep harga didalam kasus penjualan barang-barang cacat. Para Fuqaha berfikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek serupa, oleh karena itu mereka mengenalnya dengan harga setara. Ibnu Taimiyah merupakan orang pertama kali menaruh perhatian terhadap permasalahan harga adil. Ia sering menggunakan dua istilah ini yaitu kompensasi yang setara dan harga yang setara.

Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga yakni harga yang tidak ada dan dilarang dan harga ada dan disukai. Ibnu Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, Ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh

kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran ia menggambarkan harga pasar sebagai berikut.³⁰

“Jika penduduk menjual barang secara normal (*al-wajh al-ma'ruf*) tanpa menggunakan cara-cara tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karna pengaruh kelangkaan barang (yakni penurunan supply) atau karna peningkatan jumlah penduduk (yakni peningkatan demand) karna peningkatan harga-harga tersebut karna kehendak Allah”.³¹

Ungkapan dengan jalan yang normal tanpa menggunakan cara-cara tidak adil, mengklasifikasikan bahwa harga yang setara itu merupakan harga yang kompetitif yang tidak disertai dengan penipuan, karna harga yang wajar terjadi pada pasar kompetitif dan hanya praktek yang penuh dengan penipuan yang menyebabkan kenaikan harga.

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar, ia misalnya memerhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah ketika tersedia kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi, sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung akan turun atau lebih rendah. Dengan kata lain pemahaman pada masa Abu Yusuf tentang hubungan harga dengan kuantitas hanya memperhatikan kurva demand, fenomena inilah yang kemudian dikritis Abu Yusuf dalam literatur kontemporer, fenomena

³⁰Adiwarman Karim, Op.cit, hal. 130

³¹Muchlis Sabir, Riyadlus Shalihin, (Semarang, CV. Toha Putra : 1981), cet, 1 hal. 16

yang berlaku pada masa Abu Yusuf dapat dijelaskan dalam teori permintaan.

Teori ini menjelaskan hubungan antara harga dengan banyaknya quantity yang diminta, hubungan harga dan kuantitas dapat diformulasikan. $D = Q = F(P)$, Formulasi ini mewujudkan bahwa pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi negatif. Pemahaman Abu Yusuf kadang-kadang produk melimpah tetapi harga tetap mahal begitu juga sebaliknya. Menurut Abu Yusuf dapat saja harga tetap mahal, dengan persediaan melimpah begitu juga harga murah dengan persediaan sedikit. Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan barang dengan harga, karna pada kenyataannya harga tidak bergantung pada permintaan saja tapi juga pada kekuatan permintaan. Oleh karna itu peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan atau penurunan atau peningkatan produksi.³²

Abu Yusuf mengatakan” tidak ada batasan tertentu tentang murah atau mahal yang dapat dipastikan, hal tersebut ada yang mengaturnya prinsipnya tidak bisa diketahui, murah bukan karna melimpah dan begitu juga mahal bukan karna kelangkaan”.³³

Menurut Ibnu Khaldun harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran, pengecualian dari hukum ini adalah satu-satunya adalah harga emas dan perak yang merupakan standar moneter. Semua barang- barang

³²Adiwarman Karim, Op. cit hal.132

³³Imam Asy- Syaukani, Log.cit, hal.104

terkena fluktuasi harga tergantung pada pasar, bila suatu barang langka dan barang itu diminta, maka harga tinggi bila suatu barang berlimpah maka harga akan rendah.

Ia mengatakan” Penduduk suatu kota memiliki makanan lebih banyak dari pada yang mereka perlukan, karenanya harga makanan rendah kecuali jika nasib buruk menimpa dikarenakan kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi persediaan.³⁴

Al- Ghazali mengenai harga menunjukkan kepada kurva penawaran yang berslope positif ketika menyatakan ”Bahwa jika petani tidak mendapatkan pembeli bagi harga produk-produknya, ia akan menjual pada harga yang rendah, ketika harga makanan yang tinggi harga tersebut harus didorong kebawah dengan menurunkan permintaan yang berarti menggeser kurva permintaan ke kiri”.³⁵

4. Metode Penetapan Harga

Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka perusahaan baru akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan harga. Menurut Herman ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu:³⁶

1. Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

³⁴Adiwarman Karim, Op.cit Edisi ke-4 hal.331-345

³⁵Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Bin Ahmad Al-Ghazali Al-Tusi, *Ihya Ulumudin*, TerjMoh Zuhri (Semarang : Cv. Asy-syifa 1992) Cet ke-4 Jilid.3 hal.56

³⁶Herman, *Marketing Strategy, Edisi 1*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2006), hal.165-169

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instink saja walaupun *market survey* telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

2. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

a) Harga pasar saat ini (*current market price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.

b) Harga pesaing (*competitor price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar

karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

c) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam *trend consumer spending*, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.

3. Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

a) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)

Dalam metode ini budgeter harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang

ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalikan *full cost* dengan *persentase required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga.³⁷

b) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini budgeter menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada *full cost*.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual, tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan biaya, tujuan menejer atau penjual, dan pengawasan pemerintah.³⁸

³⁷T. Sunaryo, *Ekonomi Manajerial, Aplikasi Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta, Erlangga, 2001), hal.69

³⁸Ibid, hal.242

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Faktor ekonomi seperti booming atau resesi, inflasi dan suku bunga mempengaruhi keputusan penetapan harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk dan biaya memproduksi suatu produk.

b. Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

d. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*). Dalam persaingan ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi penjual yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli yang banyak ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula terjadi keadaan persaingan lainnya, seperti: persaingan tidak sempurna, oligopoli dan monopoli.

e. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

f. Tujuan pelaku usaha

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap pelaku usaha tidak selalu mempunyai tujuan sama dengan pelaku usaha lain. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai antara lain: 1) Laba maksimum 2) Volume penjualan tertentu 3) Penguasaan pasar 4) Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

g. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha kearah monopoli.

h. Citra atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibandingkan barang atau jasa yang masih baru dipasar.

Faktor-faktor tersebut diatas berinteraksi dan mempengaruhi harga jual tergantung kepada pembuat keputusan harga. Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut diantaranya adalah:³⁹

- 1) Dalam menentukan harga jual, setiap pembuat keputusan lebih menekankan pertimbangan pada faktor-faktor terutama faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda diantara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lain.
- 2) Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi pelaku usaha.

³⁹R.A Supriyono, *Akutansi Manajemen*, Cet Ke 1 (Yogyakarta: BPFE, 2001),hal.315

B. Penelitian Terdahulu

1. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muslim, dengan judul “Mekanisme Harga Menurut Pemikiran Ibnu Khaldun”, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, tahun 2011. Yang memiliki tujuan untuk mengetahui dengan jelas dan saintifik pemikiran Ibnu Khaldun tentang harga dan mampu memberikan kontribusi berharga dalam mengatasi persoalan harga dan menentukan suatu sistem harga yang seimbang dan adil. Dengan metode teknik analisa secara induktif, deduktif dan deskriptif-analitik. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu menunjukkan mekanisme harga berperan penting dalam memberikan informasi mengenai kebutuhan masyarakat terhadap suatu komoditi dan kuantiti persediaannya di pasar. Harga juga menjadi indikator penting dalam system ekonomi, dimana tingkat harga yang terlalu tinggi, terutama harga kebutuhan pokok akan memberikan dampak yang tidak baik bagi stabilitas sosial ekonomi. Tela’ah tentang mekanisme harga telah menjadi bagian penting dalam kajian ekonomi mikro, dan mengungkapkan bahwa harga merupakan sesuatu yang sangat statis karena mudah dipengaruhi oleh berbagai faktor dan keadaan. Bahkan menurut konsep islam tingkat harga komoditi merupakan “Ketentuan Allah swt”. Filosof muslim terbesar, Ibnu Khaldun yang disebut sebagai “Bapak Ekonomi” umat Islam telah menguraikan rumusan sendiri mengenai harga beberapa abad lalu.⁴⁰

⁴⁰Muslim, *Mekanisme Harga Menurut Pemikiran Ibnu Khaldun*, (Skripsi Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, tahun 2011)

2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Euis Amalia dengan judul : Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Yang memiliki tujuan untuk mengetahui peran pemerintah dalam penetapan harga. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu menunjukkan mekanisme pasar dan penetapan harga perlu diatur untuk menegakkan keseimbangan pasar dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar. Harga wajar dan adil (*fair price*) adalah harga yang diperoleh berdasarkan kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Manakala terjadi tindakan-tindakan yang bersifat *zhulm* sehingga terjadi distorsi pasar atau harga tidak berada pada titik keseimbangan, pemerintah sangat berperan untuk mengambil kebijakan berupa penetapan harga dan melihat faktor-faktor penyebab terjadinya distorsi tersebut dan mengembalikan harga pada titik keseimbangan semula.⁴¹
3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Junia Farma dari Fakultas Agama Islam Unuversitas Muhammadiyah Aceh tahun 2018 dengan judul “Mekanisme Pasar dan Regulasi Harga: Tela’ah Atas Pemikiran Ibnu Taimiyah”. Yang memiliki tujuan untuk mengetahui pemikiran Ibnu Taimiyah tentang harga pada masaitu tetapi tergolong modern untuk masa sekarang. Dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Ibnu Taimiyah memiliki pandangan yang luas tentang mekanisme pasar dan regulasi harga. Dalam Islam, pasar tidak bisa bekerja

⁴¹Euis Amalia, *Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Skripsi Unversitas Islam Negeri Jakarta, 2012)

sendiri, karena merupakan kesatuan dari individu, masyarakat dan negara yang saling berhubungan satu sama lain untuk mewujudkan kesejahteraan dunia dan akhirat. Islam mengakui adanya mekanisme pasar dengan syarat pasar bisa berjalan secara sempurna. Namun, jika terjadi distorsi dalam pasar yang mengganggu jalannya perekonomian, maka perlu adanya intervensi pemerintah. Seperti praktek ihtikar atau penimbunan barang yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar, maka pemerintah boleh melakukan intervensi harga. Apabila kenaikan harga terjadi secara alamiah, yakni berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran, maka dalam hal ini, pemerintah sama sekali tidak memiliki otoritas dalam menetapkan harga. Dari berbagai pemikiran Ibnu Taimiyah tersebut, diharapkan dapat diterapkan untuk masa sekarang dengan sedikit penyesuaian agar relevan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan penetapan harga yang adil oleh pemerintah.⁴²

4. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Suryawan, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta (2013) Dengan Judul Skripsi “Pemikiran Ekonomi Imam Al- Ghozali Tentang Mekanisme Pasar Islami”. Yang memiliki tujuan untuk mengetahui membahas pemikiran Imam al-Ghozali tentang pasar dalam sistem ekonomi Islam. Dengan Metode analisis deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu pasar berevolusi sebagai bagian yang alami atau hukum alam, yakni sebuah

⁴² Junia Farma , *Mekanisme Pasar dan Regulasi Harga*, (Skripsi Unuversitas Muhammadiyah Aceh, 2018),

ekspresi berbagai hasrat yang timbul dari diri sendiri untuk saling memuaskan kebutuhan ekonomi dan juga proses timbulnya pasar ini dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran untuk menentukan harga dan laba. Kemudian, pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa tertipu atau merasa dirugikan.

5. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asep Muharam , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (2016) yang berjudul “ Analisis Perbandingan Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf Dan Ibn Taimiyah Tentang Perubahan Dan Intervensi Harga”. Yang memiliki tujuan untuk menegtahui perbandingan pemikiran ekonomi Abu Yusuf dan Ibn Taimiyah mengenai perubahan harga dan intervensi harga. Dengan metode analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan pembahasannya menggunakan metode deduktif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Menurut Abu Yusuf harga tidak bergantung pada permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan, atau penurunan atau peningkatan produksi. Sedangkan pemikiran Ibnu Taimiyah menyebutkan kenaikan harga terjadi karena penurunan jumlah barang atau peningkatan jumlah penduduk.⁴³

⁴³Asep Muharam, *Analisis Perbandingan Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf Dan Ibn Taimiyah Tentang Perubahan Dan Intervensi Harga*, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu 2016)

6. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Siti Muflikhatul Hidayah, Fakultas Agama Islam, Jurusan Syari'ah (Mu'amalah), Universitas Muhammadiyah Surakarta (2007) yang berjudul "Penentuan Harga Jual Beli Dalam Ekonomi Islam". Yang memiliki tujuan untuk mengetahui tentang harga dalam mengetahui tinjauan ekonomi islam dalam penentuan harga serta faktor apa saja yang mempengaruhinya. Dengan Metode analisis deskriptif analitis . Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa cara menentukan harga dalam ekonomi Islam yaitu; dengan mempertimbangkan bahwa harga tersebut pantas, pantas disini adalah harga yang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga dan berprinsip kepada hakekat jual beli yaitu saling tolong menolong. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga antara lain; (1) kondisi perkonomian, (2) penawaran dan permintaan, (3) elastisitas permintaan, (4) persaingan, (5) biaya, (6) tujuan perusahaan, (7) pengawasan pemerintah, dan (8) posisi tawar.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Wulpiah, yang berjudul "Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme Pasar" bertujuan untuk mengetahui mekanisme pasar yang dikemukakan Ibnu Khaldun dengan metode pendekatan historis dan sosial. Hasil dari penelitian ini Ibnu Khaldun sangat positif dalam memahami ekonomi terutama mengenai mekanisme pasar.