

BAB III

ANALISIS

A. Pengertian Ekonomi Islam

- a. Menurut Mannan, Ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
- b. Ekonomi Islam adalah suatu upaya yang sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku masyarakat, dalam perspektif Islam (Khurshid Ahmad)
- c. Ekonomi Islam adalah tanggapan para pemikir muslim atas berbagai tantangan ekonomi. Dalam hal ini didasarkan pada Quran dan Sunnah disamping alasan dan pengalaman. (N.Siddiqi)
- d. Hasanuz Zaman, Ekonomi Islam adalah pengetahuan tentang penerapan perintah perintah (*injunctions*) dan tata cara (*rules*) yang ditetapkan oleh syariah, dalam rangka mencegah ketidak-Adilan dalam penggalan dan penggunaan sumberdaya material guna memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan mereka memenuhi kewajiban mereka kepada Allah dan masyarakat
- e. Sementara ilmuwan Islam kontemporer Fahim Khan, Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai kesejahteraan berdasarkan prinsip al-Qur'an dan Sunnah.⁴⁴ Dari berbagai definisi tersebut,

⁴⁴Panduan Ujian Komprehensif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.....hal. 169 - 170 3

dapatlah disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami (berdasarkan ajaranajaran agama Islam).⁴⁵

B. Pengertian harga

Pengertian Harga Menurut kamus besar bahasa Indonesia, harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Dalam arti lain, harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.⁴⁶ Harga juga dimaksudkan adalah tinggi rendahnya nilai sesuatu barang atau jasa yang dapat diukur dengan uang.⁴⁷

Harga dalam bahasa arab *tsaman* dan *price* dalam bahasa inggris yang artinya harga atau, selalu dihubungkan dengan besarnya jumlah uang yang mesti dibayar sebagai nilai beli pengganti terhadap barang dan jasa. Secara etimologi, harga diartikan sebagai nilai banding atau tukar suatu komoditi.⁴⁸ Sedangkan secara terminologi yang dimaksud dengan harga adalah sebagaimana yang didefenisikan oleh Dr. Siti Rohani Yahya adalah “kadar pertukaran atau nilai sesuatu barang dan jasa yang diukur dengan

⁴⁵Ibid., hal. 192

⁴⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Departemen Pendidikan Nasional Indonesia*, Pusat Bahasa.

⁴⁷Ahmad Muhammad Al-Assal, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Drs H.Imam Saefudin, CV. Pustaka Setia, Bandung, 1999, hal. 26.

⁴⁸Peter Salim, Yenni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Modern English Press, 1991), hal. 508.A

uang”.⁴⁹ Wahbah al-Zuhaily mengartikan harga sebagai: “Nilai barang yang dipersetujui untuk ditukar oleh kedua pihak yang berjual beli, sama adanya lebih banyak daripada nilai ataupun kurang atau sama dengannya”.⁵⁰

Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.⁵¹

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya dan tujuan perusahaan.⁵²

Menurut Ricky W. dan Ronald J. Ebert mengemukakan bahwa: “Penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima

⁴⁹ Siti Rohani, *Konse asas ekoomi*, (Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka, 1988), hal. 60.

⁵⁰ Wahbah alZuhaily, *Fiqh dan Perundangan Islam*, ter. Moh. Akhir H. Yacoob, (Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka, 1996), Jilid IV, hal. 421.

⁵¹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal.90.

⁵² Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) hal. 31

suatu perusahaan dalam penjualan produknya. Mulyadi menyatakan bahwa: “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. ditambah *Mark-up*. Selain itu Hansen & Mowen mengemukakan bahwa “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.”⁵³

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.⁵⁴

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

⁵³Ibid., hal. 32 - 33

⁵⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (PT Raja Grafindo Persada, 2003) Cet. Ke empat, hal.196

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:⁵⁵

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan.
- 2) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- 3) Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

⁵⁵Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990), hal.17

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih, yaitu:⁵⁶

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

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiyah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

⁵⁶Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta:Gema Insani,1999),hal.189

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.⁵⁷

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan.⁵⁸ Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut:⁵⁹

- 1) *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa kekota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.

⁵⁷Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 144

⁵⁸Ibid, hal. 145

⁵⁹Ibid, h. 153

- 2) Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
- 3) Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
- 4) Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- 5) Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua tukar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
- 6) Transaksi najasy dilarang karena si penjual menaruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- 7) Ikhtikar dilarang yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- 8) *Ghaban faa-hisy* (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

C. Penentuan Harga

Dalam ekonomi islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Bersumber dari hadist dari muslim, Ahmad, Abu Daud dari

Said bin al- musyyab dari Ma'mar bin abdullah Al-Adawi bahwa Rasulullah bersabda, "Tidaklah orang melakukan ikhtikar itu berdosa". 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 adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain karena.⁶⁰

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit Margin*) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- b. Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara ikhtikar atau *ghaban faa hisy*. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezaliman produsen terhadap konsumen.
- c. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya, intervensi harga harus dilakukan secara profesional dengan melihat kenyataan tersebut.

⁶⁰Adimarwan A Karim (2001), Op Cit,p.hal.132

Dalam salah satu bagian dalam bukunya Fatawa, ibn Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga.⁶¹

- a. Keinginan masyarakat (*al-rahbah*) atas suatu jenis barang berbeda-beda. Keadaan ini sesuai dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta (*al-matlub*) masyarakat tersebut. Suatu barang sangat diinginkan jika persediaanya sangat sedikit dari pada jika ketersediaanya berlimpah.
- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta (*tullab*). Jika jumlah suatu jenis barang yang diminta masyarakat meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya, jika jumlah permintaannya menurun

Harga juga berubah-ubah sesuai dengan (kuantitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (*al-mu'awid*). Jika ia kaya dan dijamin membayar utang, harga yang rendah bisa diterima darinya, ketimbang yang diterima dari orang lain yang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran serta atau diragukan kemampuan membayarnya.

Harga itu juga dipengaruhi oleh bentuk pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual-beli. Jika yang digunakan umum dipakai (*naqd ra'ji*). Hargakan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang di peredaran Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang

⁶¹AA.Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*(Terj), (Bina Ilmu, Surabaya 1997). hal.107.

meminjam atau menyewa. Pemberi sewa bisa mendapatkan keuntungan kepada penyewa. Namun hal ini kurang berlaku bila barang yang disewakan dalam kondisi yang tidak aman, misalnya tanah yang disewakan disuatu wilayah yang banyak perampoknya, atau diduduki binatang buas. Harga sewa dari tanah dealam kondisi demikian tak sama dengan tanah yang aman.

D. Dasar Hukum Islam

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam. Ekonomi Islam itu sendiri memiliki bebrapa sumber, yaitu:

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber pokok bagi pandangan Islam. Al- Qur'an merupakan Kalam Ilahi yang bersifat abadi yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Al-Qur'an adalah sumber utama pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan segala aspek kehidupan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam al-Qur'an surat An- Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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”*.⁶²

Di dalam ayat ini terdapat isyarat adanya berbagai faedah:

Pertama: dasar halalnya perniagaan adalah saling meridhai antara pembeli dengan penjual, Penipuan, pendusataan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan.

Kedua: segala yang ada di dunia berupa perniagaan dan yang tersimpan di dalam maknanya seperti kebatilan yang tidak kekal dan tidak tetap, hendaknya tidak melalaikan orang berakal untuk mempersiapkan diri demi kehidupan akhirat yang lebih baik dan kekal.

Ketiga: mengisyaratkan bahwa sebagian besar jenis perniagaan mengandung makna memakan harta dengan batil. Sebab, pembatasan nilai sesuatu dan menjadikan harganya sesuai dengan ukurannya berdasar neraca yang lurus, hampir-hampir merupakan sesuatu yang mustahil, oleh karena itu, disini berlaku toleransi jika salah satu diantara dua benda pengganti lebih besar daripada yang lainnya, atau jika yang menjadi penyebab tambahnya harga itu adalah kepandaian pedagang di dalam menghiasi barang dagangannya, dan melariskannya dengan perkataan yang

⁶²Departemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema,2015),

indah tanpa pemalsuan dan penipuan. Sering orang membeli sesuatu, sedangkan dia mengetahui bahwa dia mungkin membelinya di tempat lain dengan harga yang lebih murah. Hal ini lahir karena kepandaian pedagang di dalam berdagang. Ia termasuk kebatilan perniagaan yang dihasilkan karena saling meridhai, maka hukumnya halal .⁶³

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2) ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ^{٢٧٩}

Artinya : *"Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya"*⁶⁴

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Berlaku adil akan dekat dengan,

⁶³Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, (Penerbit CV. Toha Putra Semarang, Semarang, 1986), hal. 27

⁶⁴Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemah (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2015)

karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia. Karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar

Dalam al-Qur'an surat Hud ayat 85 dinyatakan:

وَيَقْوِمُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا

تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝٨٥

Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.⁶⁵

2) Hadis (Sunnah)

Jumhur Ulama berpendapat bahwa pada prinsipnya tidak dibenarkan adanya penetapan harga karna ia merupakan kezaliman dan tindakan kezaliman diharamkan. Mereka mendasarkan argumennya pada hadist Anas bin Malik,” Pada zaman Rosulullah SAW harga barang pernah

⁶⁵Departemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema,2015)

melonjak hebat. Orang-orang pun berkata, “ Wahai Rosulullah, kalau saja anda mau menetapkan/ menstabilkan harga” Beliau menjawab.⁶⁶

قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو
أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya:

Diriwayatkan dari Anas RA, sahabat berkata “ Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kezaliman dalam darah dan harta.”⁶⁷

Menurut hadist ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga yang berlaku dimasyarakat, melainkan masyarakat bebas menjual harta benda mereka menurut mekanisme yang berlaku. Penentuan harga sama saja melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan kalangan mazhab Maliki dan Hanafi memperbolehkan penguasa menetapkan harga demi menolak bahaya hal yang merugikan masyarakat

⁶⁶ Abu Malik Kamal Bin Assayid Salim, Op.cit hlm. 520

⁶⁷ Imam Asy- Syaukani, *Ringkasan Nailul Author*, (Jakarta : apaustaka Azzam, 2006), Cet 1, hlm. 104

jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampaui harga umum. Bila demikian keadaanya maka sah-sah saja memberlakukan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar demi menjaga kemaslahatan umum.⁶⁸

E. Peranan harga

Menurut lilin yulia abadi, 2016, harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan diantaranya :

- a. Bagi perekonomian, harga sebuah produk berpengaruh dalam tingkat upah, sewa, bunga, laba serta faktor dalam produksi seperti tenaga kerja, modal dan kewirausahaan untuk menentukan daya tarik mereka dalam penawaran dan permintaan.
- b. Bagi konsumen, Faktor harga bisa menjadi salah satu hal yang dijadikan pertimbangan dalam pembelian produk. Mayoritas konsumen seringkali dipengaruhi oleh harga walaupun ada faktor lain seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai, fitur produk, dan kualitas produk. Harga yang tinggi biasanya mencerminkan kualitas produk yang bagus atau produk tersebut spesial. Bagi perusahaan, harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.
- c. Permintaan pasar atas produk dipengaruhi oleh harga yang bisa dibidang menjadi determinan utama. Bauran pemasaran lainnya membutuhkan pengeluaran dana yang besar seperti produk, distribusi

⁶⁸Abu Malik Kamal Bin Assayid Salim, Lo.cit, hal. 520

dan promosi. Harga juga merupakan determinan dari pengaruh persaingan yang berada di pngsa pasar perusahaan.⁶⁹

F. Konsep Harga

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Pasar tidak membutuhkan suatu intervensi dari pihak manapun tidak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya. Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal.⁷⁰

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (suply) dan penawaran (demand) dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik-menarik sehingga membentuk suatu komunitas pasar.⁷¹ Bila suatu permintaan terjadi secara alami dan normal, maka suatu kegiatan pasar akan berjalan stabil dan

⁶⁹Lilian Yulia Abadi, *Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet And Cafe*. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Volume 1, Nomor1, April 2016, hal. 113

⁷⁰Mustofa Edwin Nasution dkk. , *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 160

⁷¹Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2006, hal. 9

kondusif, tetapi sebaliknya bila pasar berjalan tidak normal dan penuh rekayasa, maka pasar akan rusak.

Teori permintaan⁷² menerangkan karakter dan sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang dan jasa. Sedangkan teori penawaran⁷³ menjelaskan karakter penjual dalam menawarkan barang dan jasa yang akan diperjual-belikan. Kedua aktifitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah barang yang dijual, akan memunculkan suatu realitas apakah yang terjadi pasar bebas atau distorsi⁷⁴ pasar.⁷⁵ Ilmu ekonomi konvensional menjelaskan hukum permintaan adalah merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah suatu harga barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin sedikit terhadap barang tersebut.⁷⁶ Sebagai contoh kasus adalah bila harga beras melambung tinggi atau mahal, maka akan semakin banyak orang untuk mengurangi konsumsi beras dengan cara mengkonsumsi ubi jalar atau jagung sebagai pengganti makanan pokok beras yang harganya semakin tidak terjangkau. Dengan kata lain bahwa jumlah permintaan sangat bergantung pada harga komoditas barang tertentu, sehingga perilaku konsumen menyipaki kenaikan harga adalah salah satu alasan untuk mengurangi pembelian atau mencari barang lain

⁷² . Mustofa Edwin Nasution dkk. Op. Cit. hal. 80

⁷³Ibid., hal. 89.

⁷⁴Athiyah al-Sayyid Fayyadh, *al-Suq fi Nidzam al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Hussein Syahata Office, 1997).

⁷⁵Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal.

75

⁷⁶Ibid. hal. 76

yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap komoditi yang mengalami kenaikan. Begitu pula bila terjadi penurunan harga pada komoditi tertentu, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap komoditi yang mengalami penurunan harga.

G. Konsepsi Pasar

Pasar dalam pengertian ilmu ekonomi adalah pertemuan antara permintaan dan penawaran. Dalam pengertian ini, pasar bersifat interaktif, bukan fisik. Adapun mekanisme pasar adalah proses penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran⁷⁷. Pertemuan antara permintaan (demand) dan penawaran (supply) dinamakan *equilibrium price* (harga keseimbangan).

Semua literatur tentang ekonomi yang tersebar di berbagai perpustakaan menganggap bahwa ide hukum pasar supply dan demand adalah hasil perkembangan dari sejarah pemikiran ekonomi. Sayangnya, sangat minim literatur yang mengungkapkan bahwa teori mekanisme pasar sudah dikenal sebelum pertengahan abad XVIII. Bahkan, Schumpeter⁷⁸ dengan tesisnya yang sangat terkenal, *Great Gap* atau *Blank Centuries*, betul-betul berusaha menafikan keberadaan dan kontribusi ilmuwan Arab

⁷⁷Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, (Jakarta: LPFEUI, 1999), Cet. IV, hal. 26.

⁷⁸Joseph A Schumpeter, *History of Economic Analysis*, (New York: Oxford University Press, 1954), hal. 52.

Islam (Arab-Muslim Scholars) dalam sejarah perkembangan pemikiran ilmu ekonomi.

Banyak ilmuwan muslim yang sudah mengemukakan pemikiran ekonomi sebelum berkembang menjadi teori ekonomi modern saat ini. Namun, tidak ditemukan dalam literatur sejarah pemikiran ekonomi yang ditulis oleh ilmuwan-ilmuwan Barat. Salah satu ilmuwan muslim yang pemikirannya berusaha dinafikan oleh Schumpeter dalam sejarah perkembangan pemikiran ilmu ekonomi adalah Ibn Taymiyyah. Dia adalah salah satu ilmuwan muslim yang secara rinci membahas tentang mekanisme harga pasar dan jenis-jenis pasar. Artikel ini dimaksudkan untuk menelusuri dan mengangkat kembali pemikiran ekonomi Ibn Taymiyyah, khususnya tentang konsep harga pasar yang adil.

Ilmu ekonomi berasal dari ide, gagasan, dan pemikiran yang kemudian dieksperimentasi dan dikembangkan menjadi teori dan model. Pada tataran ide, gagasan, dan pemikiran kontribusi para ilmuwan Arab Muslim, khususnya Ibn Taymiyyah, dalam proses metamorfosis pemikiran ekonomi menjadi ilmu ekonomi. Adam Smith⁷⁹ yang disebut oleh kalangan ilmuwan Barat sebagai, *the father of economic science* hanya mengemukakan konsep dasar ekonomi dalam bentuk pemikiran sebagaimana dalam bukunya, *The Wealth of Nation*, yang melahirkan istilah *,invisible hand* yang kemudian dikembangkan ilmuwan-ilmuwan ekonomi berikutnya menjadi konsep pasar bebas dan hukum pasar *supply-*

⁷⁹Arthur L Grey dan Jhon E. Elliot (eds.), *Economic Issues and Policies: Reading in Introductory Economics*, (USA: Houghton Mifflin Company, 1961), Edisi II, hal. 21.

demand. Sedangkan ide tentang pasar supply dan demand sudah dikemukakan oleh ilmuwan muslim jauh sebelum Adam Smith dilahirkan. Antara Adam Smith dan Ibn Taymiyyah hanya ada satu perbedaan, yaitu Adam Smith diakui sebagai, Bapak Ilmu Ekonomi oleh para ilmuwan ekonomi Barat sedangkan Ibn Taymiyyah yang ilmuwan muslim dianggap tidak pernah memiliki pemikiran ekonomi oleh mereka.

Ibn Taymiyyah memiliki pandangan tentang pasar bebas, di mana suatu harga dipertimbangkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Dia mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu berkait dengan kezaliman (*zhulm*) yang dilakukan oleh seseorang.

Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa kenaikan harga yang terjadi disebabkan oleh perbuatan ketidakadilan atau *zhulm* para penjual. Perbuatan ini disebut manipulasi yang mendorong terjadinya ketidak sempurnaan pasar. Tetapi pernyataan ini tidak bisa disamakan dalam segala kondisi, karena bisa saja alasan naik dan turunnya harga disebabkan oleh kekuatan pasar.

Ungkapan Ibn Taymiyyah tersebut juga menggambarkan secara *eksplisit* bahwa penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan penawaran dan/atau

permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak natural (*ilâhiyyah*).⁸⁰

Ibn Taymiyyah dalam bukunya, *Majmû‘ Fatâwâ*, mengemukakan beberapa faktor yang memengaruhi fluktuasi permintaan dan konsekuensinya terhadap harga. Pertama, jenis kebutuhan manusia sangat bervariasi satu sama lain. Tingkat kebutuhan tersebut berbeda-beda tergantung pada kelimpahan atau kelangkaan barang-barang yang dibutuhkan itu. Suatu barang akan lebih dibutuhkan pada saat terjadinya kelangkaan daripada saat melimpahnya persediaan.

Kedua, harga sebuah barang beragam tergantung pada tingginya jumlah permintaan. Jika jumlah permintaan semakin tinggi karena jumlah manusia yang membutuhkan sebuah barang semakin banyak, maka hargapun akan bergerak naik terutama jika jumlah barang hanya sedikit atau tidak mencukupi.

Ketiga, harga barang juga dipengaruhi oleh besar atau kecilnya kebutuhan terhadap barang dan tingkat ukurannya. Jika kebutuhan sangat besar dan kuat, maka hargapun akan melambung hingga tingkat yang paling maksimal, dari pada jika kebutuhan itu kecil dan lemah.

Keempat, harga barang berfluktuasi juga tergantung pada siapa yang melakukan transaksi pertukaran barang itu. Jika ia adalah seorang yang kaya dan terpercaya dalam hal pembayaran utang, harga yang murah niscaya akan diterimanya.

⁸⁰Ibn Taymiyyah, *al-Hisbah fi al-Islâm*, hal. 24

Kelima, harga juga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran yang digunakan dalam bentuk jual-beli. Jika yang digunakan umum dipakai, harga akan lebih rendah daripada jika membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran.

Keenam, disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya timbal-balik kepemilikan oleh kedua pihak yang melakukan transaksi. Jika si pembayar mampu melakukan pembayaran dan mampu memenuhi janjinya, tujuan dari transaksi itu mampu diwujudkan dengannya. Ketujuh, aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa.

Keterangan di atas menunjukkan betapa Ibn Taymiyyah menghargai mekanisme harga. Oleh karena itu, Ibn Taymiyyah sangat setuju apabila pemerintah tidak mengintervensi harga selama mekanisme pasar itu terjadi di mana kurva supply dan demand bertemu tanpa ada campur tangan atau dengan kata lain terjadi perubahan harga karena perubahan *genuine supply* dan *genuine demand*.

H. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Doktrin ekonomi dalam ruang lingkup makro mengakui kebebasan pasar sebagaimana sistem liberal, Sebagaimana yang Ibnu Khadun jabarkan. Beberapa aspek mikro ekonomi dalam sistem ekonomi islam memiliki kemiripan dari segi tertentu. Islam menginginkan tingkat harga yang seimbang atau harga normal dalam mekanisme harga, yaitu suatu kestabilan harga dalam jangka panjang yang dicapai setelah penawaran disesuaikan dengan

permintaan. Secara umum faktor yang mempengaruhi harga adalah perubahan atau fluktuasi harga. Dalam pasar persaingan sehat menurut Islam, faktor yang mempengaruhi harga merupakan akibat dari sistem pasar dan prinsip penetapan harga yang mengarah pada satu titik keseimbangan atau normalitas harga sesuai dengan iklim ekonomi. Untuk itu faktor negatif yang sebagian disebabkan oleh penyimpangan pelaku pasar dapat dikurangi dengan campur tangan pemerintah. Adapun yang mempengaruhi tingkat harga dalam sistem pasar adalah sebagai berikut :

1. Penawaran dan Permintaan

Penawaran atau persediaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang atau ingin dijual oleh produsen. Untuk itu penawaran terkait dengan kuantitas suatu komoditi. Dalam pasar Islam, fungsi penawaran dan permintaan memiliki pengaruh timbal balik dengan tingkat harga suatu komoditi pada suatu waktu. Biasanya para ahli ekonomi menggambarkan penawaran dalam bentuk jadwal seperti dalam tabel berikut :⁸¹

Tabel 1.1
Penawaran gandum pada tanggal 18 maret 2001

| Harga Perkilo Gandum | Kuantitas Yang Ditawarkan |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 6000 | 150 |
| 5000 | 100 |
| 4000 | 75 |
| 3000 | 50 |

⁸¹MA. Mannan, Op.cit., hal.154.

Tabel diatas menunjukkan bahwa semakin tinggi harga gandum semakin banyak kuantitas gandum yang ditawarkan. Ini menunjukkan bagaimana harga mampu mempengaruhi jumlah penawaran. Dengan itu penawaran yang berlebihan dari permintaan berbanding permintaan pasar justru akan menyebabkan komoditi tersebut dan mendorong turunnya harga. Demikian sebaliknya jika penawaran dikurangi akan menyebabkan komoditi yang beredar kurang dibandingkan dengan permintaan. Hal ini akan menyebabkan kelangkaan yang mendorong kenaikan harga komoditi tersebut.

Kuantitas penawaran dipengaruhi oleh harga dan permintaan. Sedangkan harga dipengaruhi oleh persediaan baku dan proses produksi, dimana bahan baku yang murah dan proses produksi yang sederhana akan dapat meningkatkan persediaan barang jadi ke pasaran, demikian pula sebaliknya. Sedangkan, permintaan menggambarkan keinginan atau kebutuhan terhadap suatu komoditi yang disertai dengan kemampuan untuk membayar pada satu-satu tingkat harga di masa tertentu. Biasanya permintaan konsumen dinyatakan sebagai permintaan pada jangka masa tertentu dan juga harga tertentu terhadap satu komoditi saja. Oleh sebab itu permintaan pasar dalam ekonomi harus memiliki dua aspek pokok, yaitu keinginan dan kemampuan bayar. Dengan ini, keinginan saja atau kemampuan bayar saja yang ada, belum dapat dikatakan wujud permintaan dalam pasar. Jumlah barang yang hendak dibeli oleh konsumen disebut kuantitas yang diinginkan. Sebagai contoh, seorang konsumen mempunyai

keinginan sedangkan ia tidak memiliki kemampuan bayar terhadap sesuatu komoditi yang ditawarkan, maka hal itu tidak boleh dianggap sebagai permintaan dalam arti ekonomi.

Permintaan juga memiliki pengaruh timbal balik yang kuat terhadap harga seperti dalam tabel berikut :

Tabel 1.2
Permintaan gandum pada tanggal 18 maret 2001

| Harga Gandum Perkilo | Kuantitas Yang Ditawarkan |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 6000 | 50 |
| 5000 | 75 |
| 4000 | 100 |
| 3000 | 125 |

Tabel di atas, menunjukkan semakin mahal harga suatu barang akan cenderung menurunnya permintaan. Demikian pula sebaliknya, semakin murah suatu barang akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang tersebut. Keadaan demikian mengakibatkan produsen akan menyesuaikan jumlah permintaan dengan produksi yang ditawarkan. Situasi pada tabel diatas menunjukkan harga takluk pada faktor permintaan. Jika disatukan antara faktor penawaran dan permintaan jelas sekali menunjukkan bahwa harga menjadi natijah dari pada perubahan-perubahan kedua faktor tersebut. Dalam sistem harga Islam faktor tersebut dikatakan dengan ketentuan Allah yang merupakan istilah religius dari kuasa pasar terhadap

harga. Jika faktor ini berjalan dengan seimbang dimana tidak terjadi kelangkaan dan over produksi maka harga akan senantiasa stabil.

2. Faktor kebijakan pemerintah

Pengaruh pemerintah terhadap harga hanyalah sebagai pengawas yang bersifat temporer akan tetapi melekat secara alami dengan melihat keadaan pasar tergolong sederhana dan tidak langsung. Dalam sistem pasar islam pemerintah dibenarkan melakukan intervensi jika pasar menampilkan bentuk-bentuk monopoli dan spekulasi. Dalam keadaan pasar berjalan sesuai dengan sistemnya, namun resesi ekonomi makro menyebabkan beban yang berat bagi konsumen, sedangkan pengharaman pematokan harga pada keadaan tertentu yang lain akan memastikan produsen dan penjual tidak dizalimi. Dengan kata lain, dalam situasi pasar normal dan berjalan sesuai dengan sistem yang berlaku, peran pemerintah tidak dibenarkan terlibat langsung.

MA. Mannan mengatakan, kontrol harga oleh pemerintah akan dapat mengatur harga maksimum dan dapat membentuk keselarasan antara kepentingan konsumen dan produsen. Pemerintah juga dapat mengatasi sikap-sikap dan praktek-praktek eksploitatif terhadap salah satu pihak yang terlibat di pasar. Faktor lain yang menggambarkan keterlibatan pemerintah yang dapat mempengaruhi tingkat harga dipasaran adalah kebijakan pajak dan bea terhadap unit-unit usaha produksi suatu komoditi yang dihitung sebagai bagian biaya produksi.

3. Faktor kebebasan keluar-masuk komoditi di pasar

Kebebasan keluar-masuk komoditi di pasar akan menentukan kelancaran dan mengatasi kelangkaan suatu komoditi di pasar. Karena kelangkaan dan mengakibatkan sulitnya untuk memperoleh suatu komoditi di pasar yang akhirnya cenderung mengurangi persediaan dan menaikkan harga. Ibnu Taymiyah telah merangkai parameter-parameter yang penting dalam mendorong kelancaran produksi dan pasokan barang ke pasar, meliputi tanggung jawab dan kebijakan mikro oleh pemerintah seperti kemudahan pajak, kestabilan nilai tukar dalam memperlancar arus transaksi dan tenaga kerja yang murah. Dengan kelancaran pasokan atau transportasi komoditi ke pasar akan semakin mengurangi bea operasional setelah produksi yang memberi efek kepada penetapan harga.⁸²

Ketiga, faktor utama yang mempengaruhi tingkat harga dalam sistem Pasar Islam terlihat adanya kombinasi antara kekuatan murni pasar yang abstrak berupa pengaruh-pengaruh yang muncul akibat pergeseran faktor-faktor produksi, permintaan dan harga, dengan kekuatan nyata, yaitu campur tangan pemerintah. Disamping ketiga faktor pokok tersebut terdapat pula sub-sub faktor yang melekat pada faktor utama tersebut seperti faktor daya beli konsumen yang melekat pada faktor permintaan dan faktor kelancaran pasokan barang yang melekat pada faktor penawaran. Demikian juga faktor-faktor lainnya yang bersifat sampingan dan temporer, seperti kejatuhan import dan kelangkaan bahan baku

⁸²Abdul Azim, *Op.cit.*, hal. 247-249

termasuk pula nilai kerja sebagai faktor penting produksi. Namun demikian faktor utama yang menentukan harga di pasar adalah faktor penawaran dan permintaan yang telah ditetapkan sebagai hukum pasar

I. Komoditas Pokok

Komoditas adalah sesuatu benda nyata yang relative mudah diperdagangkan, dapat diserahkan secara fisik, dapat disimpan untuk suatu jangka waktu tertentu dan dapat dipertukarkan dengan produk lainya dengan jenis yang sama, yang biasanya dapat dibeli atau dijual oleh investor melalui bursa berjangka. Secara lebih umum komoditas adalah suatu produk yang diperdagangkan, termasuk valuta asing, instrument keuangan dan indeks.

Karakteristik dari komoditas yaitu harga adalah ditentukan oleh penawaran dan permintaan pasar bukannya ditentukan oleh penyalur ataupun penjual dan harga tersebut adalah berdasarkan perhitungan harga masing – masing pelaku komoditasnya.⁸³

Bahan pokok atau sering disingkat sembako adalah Sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat menurut keputusan Menteri industry dan perdagangan no 115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27 february 1998. Kesembilan bahan itu adalah :⁸⁴

1. Beras, sagu dan jagung

⁸³Sumber <http://id.m.wikipedia.org/wiki/komoditas> Diakses pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 12.00 WIB

⁸⁴Sumber <http://id.m.wikipedia.org/wiki/sembilan-bahan-pokok> Diakses pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 12.30 WIB

2. Gula pasir
3. Sayur – sayuran dan buah buahan
4. Daging sapi, ayam dan ikan
5. Minyak goreng dan margarin
6. Susu
7. Telur
8. Minyak tanah atau gas Elpiji
9. Garam beryodium

Data terbaru rata-rata harga komoditi tanggal 11-07-2021

| List data harga komoditi | | | | | Perubahan | | |
|--------------------------|-------------|--------------------------------|--------|-------------|-----------|---|--------|
| No | Kategori | Komoditi | Satuan | Harga | Rp | % | Satuan |
| 1. | Beras | Beras mentik | Kg | Rp. 12,371 | - | - | - |
| 2. | Daging ayam | Daging ayam broiler | Kg | Rp. 29,143 | - | - | - |
| 3. | Daging sapi | Daging sapi grade sedang | Kg | Rp. 109,286 | - | - | - |
| 4. | Telur ayam | Telur ayam kampung | Biji | Rp. 2,243 | - | - | - |
| 5 | Bawang | Bawang merah (lokal problg) | Kg | Rp. 27,286 | - | - | - |
| 6. | Bawang | Bawang putih Kating | Kg | Rp. 25,714 | - | - | - |

| | | | | | | | |
|-----|--------------------|-----------------------------|-------------------|------------|--|--|--|
| 7. | Cabe merah | Cabe merah Besar | Kg | Rp.19,286 | | | |
| 8. | Cabe merah | Cabe merah kecil (rawit) | Kg | Rp. 44,429 | | | |
| 9. | Minyak goreng | Minyak goreng Curah | Kg | Rp. 14,571 | | | |
| 10. | Gula pasir | Gula pasir lokal | Kg | Rp. 12,071 | | | |
| 11. | Garam beriodium | Garam beriodium halus | 250gr/ bungkus | Rp. 2,375 | | | |
| 12. | Gas lpg | Gas lpg (3kg) | pertabung | Rp. 18,000 | | | |

Dinas perdagangan Surabaya 2014-2021