
Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam Menurut Pemikiran Ibnu Taimiyah

Mhd Amin¹⁾

¹⁾Institut Agama Islam Rokan

Email : mhdampohan@gmail.com

Abstrak

Kegiatan bisnis (*muamalah*) merupakan aktivitas penting yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam menganjurkan praktik perdagangan yang baik dengan berlandaskan etika serta prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kejujuran, dan tidak merugikan pihak mana pun. Dalam interaksi ekonomi, perbedaan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen menuntut adanya sistem harga yang adil, yang secara alami terbentuk melalui kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Namun, praktik penetapan harga yang tidak didasarkan pada kesepakatan, mengandung unsur ketidakjelasan, atau menimbulkan ketidakadilan dianggap bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah karena dapat merugikan salah satu pihak. Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme penetapan harga jual menurut pandangan Ibnu Taimiyah serta meninjau mekanisme tersebut dalam perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan normatif, yakni mengaitkan data yang diperoleh dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam berdasarkan Al-Qur'an, Hadis, dan pendapat ulama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut Ibnu Taimiyah, harga terbentuk melalui mekanisme pasar bebas yang bekerja secara wajar melalui interaksi permintaan dan penawaran. Harga yang adil (*tsaman al-mitsl*) adalah harga standar yang diterima masyarakat sebagai nilai yang sepadan. Intervensi pemerintah (*at-tas'ir*) pada dasarnya tidak dianjurkan, kecuali ketika terjadi kezaliman atau spekulasi sehingga pemerintah wajib menetapkan harga yang adil untuk melindungi kepentingan semua pihak.

Kata kunci: Penetapan Harga, Ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah, Mekanisme Pasar, Keadilan.

Abstract

Business activities (*muamalah*) are essential practices carried out by humans to meet their daily needs. Islam encourages fair and ethical trade based on sharia principles such as justice, honesty, and avoiding harm to any party. In economic interactions, differing interests between business actors and consumers require a fair pricing system, which naturally emerges from the forces of supply and demand in the market. However, pricing practices that are not based on mutual agreement, contain ambiguity, or create injustice are considered inconsistent with Islamic economic principles because they may harm one party. This study aims to analyze the mechanism of determining selling prices according to Ibn Taimiyah's views and to review this mechanism from an Islamic economic perspective. The research method used is qualitative with a normative approach, linking collected data with Islamic economic principles derived from the Qur'an, Hadith, and scholarly opinions. The findings show that according to Ibn Taimiyah, prices are formed through a free market mechanism that operates fairly through the interaction of supply and demand. A fair price (*tsaman al-mitsl*) is a standard price accepted by society as a value equivalent to the item. Government intervention (*at-tas'ir*) is generally discouraged, except when injustice or speculation occurs, in which case the government must intervene to establish a fair price to protect all parties.

Keywords: Pricing, Islamic Economics, Ibn Taimiyah, Market Mechanism, Justice.

PENDAHULUAN

Manusia memiliki kebutuhan fisik dan psikis yang menuntut pemenuhan, dan untuk mencukupinya, manusia berusaha memperoleh harta, salah satunya melalui kegiatan berdagang atau berbisnis. Perdagangan adalah aktivitas yang dianjurkan dalam Islam, bahkan Rasulullah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Allah SWT juga telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS. Al-Baqarah: 275).

Dalam Islam, kegiatan bisnis harus didasari oleh nilai-nilai iman, akhlak, dan etika moral, serta dilarang menghasilkan keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, atau merugikan orang lain. Seiring perkembangan zaman, sistem jual beli seperti online shop dan

pasar modern semakin maju, menuntut adanya sistem harga yang adil, yaitu harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Penetapan harga harus disepakati dan berlaku secara umum. Namun, terdapat praktik penetapan harga yang dilakukan tanpa kesepakatan atau tawar-menawar yang memadai, yang dianggap mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menjunjung tinggi konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan, dan tidak merugikan orang lain. Ketidakjelasan harga dapat menimbulkan konsekuensi seperti ketidakpuasan konsumen dan reaksi negatif.

Manusia mempunyai banyak sekali kebutuhan, keperluan dan keinginan yang kesemuanya itu menghendaki pemenuhan. Mereka membutuhkan makan, pakaian, Ilmu dan pelayanan kehormatan dan sejuta kebutuhan yang lainnya. Secara garis besar maka kebutuhan manusia itu dikelompokkan kedalam dua kelompok besar, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan.

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia adalah kegiatan bisnis.

Berdagang merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah, telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah terpancar dari padanya, jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya:

“Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) ; dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang-orang yang mengulangi (mengambil riba) , maka kekal di dalamnya” (Qs. Al-Baqarah : 275)

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan.⁴ Sedangkan pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam Buchari Alma ialah Business is the organized differt of individual to produce and sell for a profit, the goods and service that satisfy society’s needs, the general term business refers to all such efforts within a society or within and industry. Maksud dari pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor ini bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya. Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral etik bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor.

Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.

Sejalan dengan perkembangan zaman, kegiatan jual beli mengalami perkembangan, baik dari segi sistem jual beli yang saat ini menggunakan sistem online shop, dan dari segi tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau disebut pasar, yang mengalami kemajuan seperti

berkembangnya pasar-pasar modern, yaitu banyaknya pembangunan minimarket, supermarket atau swalayan, pertokoan-pertokoan, dan hypermart di Indonesia saat ini.

Kepentingan yang berbeda antara pelaku usaha dan konsumen menuntut adanya sistem harga yang adil, harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Penetapan harga adalah ketetapan harga yang telah ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Penetapan-penetapan harga ada yang disepakati antara pelaku dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan pelaku langsung memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/pelanggan. Penerapan harga seperti itu mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Ketidakjelasan dalam penetapan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli.

Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut, dengan prinsip keadilan yang tidak melukai dan tidak merugikan orang lain (*la dharar*).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif yang memanfaatkan latar alamiah untuk menafsirkan fenomena secara mendalam melalui berbagai teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif, yaitu menghubungkan data yang diperoleh dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan pendapat ulama. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive, yaitu pemilihan informan berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, informan utama berupa pemikiran dan pendapat Imam Ibnu Taimiyah yang menjadi dasar analisis terhadap mekanisme penetapan harga. Sumber data terdiri dari data primer berupa karya-karya Ibnu Taimiyah dan data sekunder berupa buku, jurnal, serta literatur relevan lainnya. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumen sebagai pelengkap untuk memperkuat temuan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis induktif, yaitu menarik kesimpulan umum berdasarkan fakta-fakta khusus yang ditemukan di lapangan. Melalui data hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, peneliti mengidentifikasi peristiwa konkret kemudian menyusunnya menjadi gambaran umum yang relevan dengan fokus penelitian. Pendekatan induktif ini memungkinkan peneliti menyimpulkan bagaimana mekanisme penetapan harga dalam perspektif Ibnu Taimiyah diterapkan dan sejauh mana prinsip-prinsip ekonomi Islam tercermin dalam proses tersebut. Dengan demikian, analisis dilakukan secara

sistematis untuk menjawab permasalahan terkait pelaksanaan mekanisme penetapan harga yang menjadi objek kajian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Harga

Dalam pertukaran atau pengukur nilai suatu produk dalam pasar biasanya menggunakan uang. Jumlah uang tersebut biasanya menunjukkan suatu produk atau jika seseorang ingin membeli suatu barang dan jasa, maka orang tersebut akan mengeluarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang dan jasa tersebut. Sehingga harga dapat diartikan sebagai nilai pertukaran yang ditetapkan oleh penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu produk (Indara, 2017).

Dalam perdagangan, kita mengenal istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan jualan barang dan jasa. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen (Kurniawan Saifullah, 2006).

Bagi mereka yang mempunyai modal besar mereka yang berusaha secara mandiri untuk membuat suatu usaha. Namun sebaliknya bagi yang tidak mempunyai modal mereka tidak bisa membuat suatu usaha. Aspek terpenting dalam suatu kehidupan masyarakat adalah menyangkut dengan jual beli. Mengenai jual beli itu sendiri adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima bendabenda dan pihak lainnya menerimanya sesuai perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati (Hendi Suhendi, 2002).

Harga juga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat buran pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Dalam Fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *As-saman* dan *As-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *As-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama Fiqh membagi *As-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. 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 dalam pemerintah ini disebut dengan *at-ts'ir al-jabbari* (Setiawan Budi Utomo, 2001).

Penetapan Harga

Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qoyim membagi bentuk penetapan harga kepada dua macam kategori. Pertama, penetapan harga yang bersifat dhalim dan penetapan harga yang bersifat adil. Penetapan harga yang bersifat dhalim adalah pematokan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dan tidak logis dengan kondisi mekanisme pasar akibat terbatasnya pasokan komoditas dan langkanya barang atau jasa, sementara permintaan sangat banyak dan

tanpa memperdulikan kemaslahatan para pedagang. Penetapan harga yang diperbolehkan dan bahkan wajib dilakukan menurut mereka adalah ketika terjadi lonjakan harga cukup tajam, signifikan, masif dan fantastis menurut bukti akurat disebabkan oleh ulah para spekulasi dan pedagang. Akan tetapi, pematokan harga tersebut juga harus dilakukan dalam batas adil, dengan memperhitungkan biaya produksi, biaya distribusi, transportasi, modal, margin, keuntungan bagi para produsen maupun pedagang (Setiawan Budi Utomo, 2001).

Al-Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Karena itu Rasulullah SAW menyatakan sifatnya riba seseorang yang menjual terlalu mahal diatas kepercayaan pelanggan (Anwar, 1997).

Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar, bagi seorang Muslim nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT (Veithzal, et al).

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-qur'an dan Hadis. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam kegiatan ekonomi. Ajaran ekonomi Islam melarang aktivitas ekonomi yang mengandung *Gharar* yang berarti resiko, ketidakpastian, dan ketidakjelasan (Jusmalina, 2008).

Perdagangan yang Islami, adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan (Jusmaliani, 2008). Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain, dengan keadilan ekonomi setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, Islam dengan tegas melarang seseorang merugikan orang lain (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001).

Dalam Islam dalam melakukan kegiatan ekonomi dituntut untuk saling menjaga hak-hak agar tidak saling merugikan antara penjual maupun pembeli. Begitu pula dalam penetapan harga harus dilakukan dengan harga yang tidak merugikan antara penjual dan pembeli. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan dengan harga yang adil, sebab harga yang adil adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang konsumen ingin dan mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang penjual bersedia menawarkan barang atau jasa pada berbagai tingkat harga.

Dalam konsep harga yang setara atau adil Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran, dalam mendefinisikan harga yang setara, Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut.

Menurut pandangan Imam Al-Ghazali mengenai konsep permintaan dan penawaran dalam permasalahan penentuan harga, beliau menyatakan bahwa pengurangan keuntungan dengan mengurangi harga akan menyebabkan peningkatan permintaan dan penjualan. Sedangkan

menurut pandangan Imam Yahya bin Umar mengenai konsep penetapan harga, beliau menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian terhadapnya akan dapat menimbulkan kerusakan dalam masyarakat, dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga harus tunduk pada kaidah-kaidah (Adiwarman Azwa Karim, 2008).

Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. *Equilibrium Price* (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli, harga yang adil adalah yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli (Said Saad Marthon, 2004).

Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biayabiaya yang telah dikeluarkan, sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen. Pada dasarnya, penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asa kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil asas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan harus bersandarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan. Jadi harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh penjual/produsen dan harga dapat dikatakan adil apabila tidak terlalu tinggi atau sesuai dengan daya beli pembeli dan konsumen.

Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga adalah tahapan perusahaan mengklasifikasikan dan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkannya merupakan produk baru yang belum memiliki konsumen loyal/tetap atau produk yang telah beredar yang telah memiliki pangsa pasar tersendiri. Strategi penetapan harga ini juga berhubungan dengan siklus kehidupan produk (*Product Life Cycle*) dimana suatu produk memiliki empat tahapan utama yakni, Perkenalan, Pertumbuhan.

Strategi penetapan harga berkaitan erat dengan siklus hidup produk yang meliputi tahap perkenalan, pertumbuhan, kematangan, dan penurunan. Pada tahap perkenalan, terdapat dua strategi utama yang dapat digunakan. Pertama, strategi harga mengapung (*skimming price*), yaitu menetapkan harga tinggi untuk menutupi biaya dan memperoleh laba maksimum, terutama ketika produk memiliki keunikan dibanding produk lain. Kedua, strategi harga penetrasi, yaitu menetapkan harga rendah untuk menciptakan pangsa pasar dan meningkatkan permintaan, yang cocok digunakan pada pasar yang tidak tersegmentasi dan sensitif terhadap harga.

Pada tahap pertumbuhan, penjualan mulai meningkat dan pesaing bermunculan. Pada fase ini, perusahaan biasanya mempertahankan harga awal untuk memperkuat posisi pasar. Namun, ketika laju pertumbuhan mulai melambat, diperlukan strategi harga yang lebih agresif, seperti penurunan harga, guna mempertahankan daya saing. Selanjutnya, pada tahap kematangan, fleksibilitas harga menjadi aspek yang sangat penting. Perusahaan perlu lebih responsif terhadap dinamika pasar dengan menerapkan strategi psikologis atau pemberian diskon untuk menjaga loyalitas konsumen serta mempertahankan pangsa pasar.

Ketika memasuki tahap penurunan, produk mengalami penurunan permintaan secara bertahap. Pada tahap ini, perusahaan dapat memilih antara memberikan diskon untuk mempercepat penjualan atau mempertahankan harga dengan mengurangi biaya terkait produk, seperti biaya promosi. Strategi ini dilakukan untuk meminimalkan kerugian di akhir siklus hidup produk.

Selain strategi berdasarkan siklus produk, perusahaan juga perlu menentukan metode penetapan harga yang tepat. Terdapat tiga pendekatan utama. Pertama, penetapan harga berdasarkan biaya yang meliputi metode biaya plus, mark-up, dan analisis BEP, di mana harga

dihitung dari total biaya ditambah margin keuntungan. Kedua, penetapan harga berdasarkan pesaing, yaitu menggunakan harga kompetitor sebagai acuan, yang umum diterapkan pada pasar standar atau oligopoli untuk menarik konsumen. Ketiga, penetapan harga berdasarkan permintaan, yaitu menentukan harga berdasarkan persepsi nilai konsumen melalui analisis sensitivitas harga, dengan mempertimbangkan persepsi harga murah, mahal, maupun terlalu mahal terkait kualitas yang diterima.

Mekanisme penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi

Mekanisme harga dalam ekonomi konvensional merupakan hasil interaksi antara jumlah permintaan dan jumlah penawaran, dimana harga dicapai pada titik keseimbangan pasar, secara grafik, harga keseimbangan merupakan titik temu antara kurva permintaan dengan kurva penawaran. Perubahan harga berdasarkan mekanisme penawaran dan permintaan tersebut dapat mengakibatkan untung atau rugi bagi pelaku pasar, baik penjual maupun pembeli. Harga sebagai hasil interaksi permintaan dan penawaran secara normatif merupakan harga yang efisien. Hal ini dapat terjadi jika pelaku pasar mempunyai kekuatan yang seimbang, baik kekuatan keuangan, penguasaan barang, pemahaman informasi, dan lain-lain.

Namun pada kenyataannya, kekuatan para pelaku pasar tidak pernah terjadi. Dalam kondisi demikian, para pelaku pasar yang mempunyai kekuatan lebih akan dapat memperlakukan harga, sehingga posisi pelaku yang mempunyai kekuatan berlebih akan selalu diuntungkan, dan bisa memakan pelaku pasar yang lemah kekuatannya (Jaka Isqiyarta, 2012). Singkatnya, mekanisme penentuan harga jual dalam ekonomi konvensional bertujuan untuk meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba. Asumsi dasar dalam mekanisme ini adalah kepentingan diri sendiri lebih diutamakan, serta penjual dan pembeli memiliki sumber daya untuk mencapai kepentingannya masing-masing. Sedangkan mekanisme penentuan harga jual ditentukan oleh tawar-menawar berdasarkan kemampuan berargumentasi dan kekuatan masing-masing.

Mekanisme Harga Dalam Ekonomi Syariah

Dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan pernah lepas dari permasalahan penentuan tingkat harga yang diderivasikan dari proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan teori penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang lebih luas (Adiwarman Azwa Karim, 2003). Dalam perjalanan perkembangan ekonomi syariah, ditemukan catatan sejarah yang direkam oleh ulama muslim dalam buku-bukunya yang menunjukkan bahwa sebenarnya mekanisme pasar bukan merupakan hal yang baru bagi masyarakat muslim.

Pemikiran Abu Yusuf (731-798 M)

Pemikiran Abu Yusuf tentang pasar dapat dijumpai dalam bukunya Al-Kharaj. Ia telah menyimpulkan bekerjanya hukum permintaan dan penawaran pasar dalam menentukan tingkat harga. Masyarakat luas pada masa itu memahami bahwa bila hanya tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal. Sebaliknya jika tersedia banyak barang, maka harga akan murah. Hal ini sebagaimana halnya hukum permintaan dan penawaran yang telah kita ketahui. Akan tetapi, Abu Yusuf membantah pemahaman seperti ini, karena pada kenyataannya tidak selalu demikian. Menurut Abu Yusuf, tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan.

Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan berlimpah tapi mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit, tetapi harganya murah. Pernyataan ini secara implisit menyatakan bahwa harga bukan hanya ditentukan oleh permintaan saja, tetapi juga tergantung pada penawaran terhadap barang tersebut. Bahkan, Abu Yusuf mengindikasikan adanya variabel-variabel lain yang juga turut mempengaruhi harga, misalnya jumlah uang beredar di negara itu, penimbunan atau penahanan suatu barang, atau lainnya.

Pada dasarnya pemikiran Abu Yusuf ini merupakan hasil observasinya terhadap fakta empiris saat itu, dimana sering kali terjadi melimpahnya barang ternyata diikuti dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah. Poin kontroversi lain dalam analisis ekonomi Abu Yusuf ialah pada masalah pengendalian harga (*ta'ssir*).

Al- Ghazali

Imam Al Ghazali dalam karyanya kitab *Ihya-Ulumuddin* banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut *double coincidence*, dan karena itu diperlukan suatu pasar. AlGhazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai-nilai Islam.

Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi. Yang lebih menarik, konsep yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan ternyata telah dipahami oleh AlGhazali. Hal ini tampak jelas dari perkataannya bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

Ibnu Khaldun

Pemikiran Ibn Khaldun tentang pasar termuat dalam buku *AlMuqaddimah*. Pada bab harga-harga di kota-kota (*Prices in Towns*), Ia membagi jenis barang menjadi dua kategori, yaitu barang pokok dan barang mewah. Menurutnya, jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, maka harga barang-barang pokok akan menurun sementara harga barang mewah akan menaik. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penawaran bahan pangan dan barang pokok sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga pengadaannya akan diprioritaskan. Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan permintaan barang mewah ini.

Disini, Ibn Khaldun sebenarnya menjelaskan pengaruh permintaan dan penawaran terhadap harga. Secara lebih rinci juga dijelaskan pengaruh persaingan antara para konsumen dan meningkatnya biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan-pungutan lain terhadap tingkat harga. Karena terjadi peningkatan *disposable income* dari penduduk seiring dengan berkembangnya kota, maka terjadi kenaikan proporsi pendapatan yang digunakan untuk mengonsumsi barang mewah. Dalam buku tersebut, dijelaskan bahwa “Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, maka akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang-barang akan melimpah dan harga-harga akan turun.”

Disamping itu, tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat lesu perdagangan. Para pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi. Sebaliknya, jika tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen. Ibn Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak banyak membahas mengenai kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibn Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan normal.

Ibnu Taimiyah

Pemikiran Ibn Taimiyah dicurahkan melalui buku *Al-Hisbah fi'l Al-Islam dan Majmu' Fatawa*. Pandangan Ibn Taimiyah mengenai mekanisme pasar terfokus pada masalah pergerakan harga. Secara umum, beliau telah menunjukkan *the beauty of market* (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi), disamping segala kelemahannya Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan (*zulm/injustice*) dari para pedagang/ penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu.

Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Dalam *Al-Hisbahnya*, Ibn Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan: “Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan (*zulm/ injustice*) dari beberapa bagian pelaku transaksi. Hal ini disebabkan oleh defisiensi dalam produksi atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar.

Ibn Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga (*price intervention*) sehingga mengganggu mekanisme yang bebas. Sepanjang kenaikan atau penurunan permintaan dan penawaran disebabkan oleh faktor-faktor alamiah, maka dilarang dilakukan intervensi harga. Dari pemikiran-pemikiran diatas, pada dasarnya menyimpulkan bahwa aktivitas jual beli dapat berjalan jika terjadi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Harga yang ditawarkan tidak semata-mata untuk kepentingan pembeli, yaitu dalam usaha memaksimalkan keuntungan. Selain itu, pembeli juga harus mempertimbangkan bahwa harga jual yang ditawarkan harus mempertimbangkan keberlanjutan usaha. Harga jual yang ditawarkan harus mampu menutup biaya usaha. Disamping itu, aktifitas perdagangan juga merupakan suatu tindakan ibadah, dimana tujuan jual beli adalah untuk mencari rahmat Allah SWT, bukan untuk meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba. Asumsi dasarnya adalah bahwa penjual dan pembeli mempunyai niat untuk saling tolong menolong, saling memudahkan dan meringankan kedua belah pihak, serta baik penjual maupun pembeli harus berusaha saling jujur, dan harga ditentukan dengan jalan pemufakatan antara penjual dan pembeli.

KESIMPULAN

Ibnu Taimiyah bukanlah seorang teoritis murni, melainkan seorang praktisi yang mendiagnosa masalah ekonomi dan memberikan solusi. Secara fundamental, penetapan harga dalam pandangan Ibnu Taimiyah ditentukan oleh mekanisme pasar (kekuatan permintaan dan penawaran). Konsep harga yang adil (*tsaman al-mitsl*) adalah yang setara (adil) dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak manapun (*la dharar*). Intervensi harga (*tas'ir*) oleh pemerintah dilarang jika pergerakan harga disebabkan oleh faktor alamiah seperti kekurangan persediaan atau peningkatan permintaan. Namun, intervensi harga menjadi wajib dan sah apabila kenaikan harga disebabkan oleh ketidakadilan (*zulm*) dari pelaku pasar, seperti spekulasi, dengan tujuan untuk melindungi kepentingan pembeli dan penjual, yang pelaksanaannya melalui institusi Hisbah.

REFERENSI

- Abu Bakar, A. (2022). Pemikiran ekonomi Islam Ibn Taimiyah. *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(2), 118–124. <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2.2597>
- Aini, Q., & Abidin, Z. (2022). Analisis komparasi pemikiran ekonomi Islam antara Abu Yusuf, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Khaldun. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(2), 185. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i2.10514>

- Akbar, M. F., & Rusyana, A. Y. (2022). Pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah dan Asy-Syatibi dihubungkan dengan Maqashid al-Syari'ah. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v2i2.86>
- Al-Jumanatul 'Ali. (2004). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. CV Penerbit J-Art.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2009). *Manajemen bisnis syariah*. Alfabeta.
- Amalia, E. (2005). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam: Dari masa klasik hingga kontemporer*. Pustaka Asatruss.
- Amalia, E. (2010). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Anwar. (1997). *Konsepsi Ibnu Taimiyah* (Terjemah). Bina Ilmu.
- Arifin, N. (2023). Mekanisme pasar: Teori dan pemikiran ekonomi Ibn Taimiyah. *Journal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi Syariah*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.54801/ekspektasy.v2i1.190>
- Awalia, R. (2022). Pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah. *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 63–78.
- Budi Utomo, S. (2001). *Fiqh aktual: Jawaban tuntas masalah kontemporer*. Gema Insani.
- Chamid, N. (2010). *Jejak langkah sejarah pemikiran ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Fasiha. (2017). Artikel pada *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 2(2), 111–127. Retrieved from <http://www.iainpalopo.ac.id/index.php/amwal>
- Farah Qalbia, & Saputra, M. R. (2023). Pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah: Konsep mekanisme pasar, harga adil, dan peran pemerintah dalam ekonomi. *MASMAN Master Manajemen*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.59603/masman.v1i2.577>
- Idris. (2016). *Hadis ekonomi*. Prenadamedia Group.
- Indara, N. S. (2017). Pengertian harga. <http://one.indoskripsi.com/click/2499/0>
- Islahi, A. A. (1988). *Economic concepts of Ibn Taimiyah*. Islamic Foundation.
- Islahi, A. A. (1997). *Konsepsi ekonomi Ibnu Taimiyah* (A. Thayib, Trans.). PT Bina Ilmu.
- Isqiyarta, J. (2012). *Dasar-dasar ekonomi Islam menuju sirathal mustaqim*. Ekonisia.
- Jusmaliani. (2008). *Bisnis berbasis syariah*. Bumi Aksara.
- Karim, A. A. (2002). *Ekonomi Islam: Suatu kajian ekonomi makro*. IIIT Indonesia.
- Karim, A. A. (2003). *Ekonomi mikro Islam*. III T.
- Karim, A. A. (2004). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Khalil, J. (2010). *Jihad ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Kotler, P. (1996). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Mahallī, A. M., & Hasbulloh, A. R. (2004). *Hadis-hadis muttafaq 'alaih*. Kencana.
- Marthon, S. S. (2004). *Ekonomi Islam di tengah krisis ekonomi global*. Zikrul Hakim.
- Maulana, R. (2009). *Penerapan asas-asas muamalah terhadap praktek pembulatan harga dalam jual beli (Studi kasus di Minimarket Handayani Yogyakarta)* (Skripsi). UIN Sunan Kalijaga.
- Taimiyah, I. (1963). *Majmu' fatawa Shaikh al-Islam* (Vols. 25 & 29). Matabi' al-Riyad.
- Taimiyah, I. (1976). *Al-Hisbah fil Islam*. Daar al-Sha'.