

## **PENETAPAN HARGA (PRICE) DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Rosdaniah**

**Email: rosdaniah\_wil@yahoo.co.id**

**STAIN Gajah Putih Takengon Aceh Tengah, Aceh**

**ABSTRAK:** Mekanisme pasar adalah terhajinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu, dengan adanya transaksi di pasar maka terjadinya proses pertukaran barang dan jasa dengan sebutan proses perdagangan. 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.

**Kata Kunci :** *Harga, Ekonomi Islam.*

### **A. Pendahuluan**

Persoalan fluktuasi harga baik trend naik maupun turun merupakan sunnatullah dalam perekonomian berdasarkan hukum penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Syariat memperbolehkan hal itu selama norma dan nilai-nilai normal tidak dilanggar dan tidak indikasi kuat ada rekayasa harga baik oleh pihak produsen, distributor maupun konsumen. Dalam hal ini adanya praktik tidak terpuji dalam *pricing policy*. Islam mengajarkan konsep intervensi otoritas resmi dan memberikan kewenangan *price control* kepada pemerintah untuk melakukan kebijakan pengendalian harga dan pematokan harga (*price fixing*) yang dikenal dalam fikih sebagai *tas'ir Jabari* yaitu penetapan harga oleh pemerintah karena pertimbangan kemaslahatan secara luas.

Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama

yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Price (harga) adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha/ bisnis harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.<sup>1</sup> Harga adalah nilai tukar suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dalam ilmu ekonomi harga pasar adalah harga keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dengan harga pasar, jumlah barang dan jasa yang diminta sama dengan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan.

Konsep ekonomi Islam makna harga dalam fikih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. "*As-saman*" adalah harga satuan barang atau nilai sesuatu.<sup>2</sup> Sementara "*as-si'r*" adalah harga yang ditentukan untuk barang dagangan.<sup>3</sup> Kata *as-si'ru* jamaknya *as'ar* artinya harga (sesuatu). Kata *as-si'ru* ini digunakan di pasar untuk menyebut harga (di pasar). Fluktuasi harga suatu komoditas berkaitan erat dengan *as-*

---

<sup>1</sup> Sujama Ismaya, *Kamus Perbankan* (Bandung: Pustaka Grafika, 2006), 194

<sup>2</sup> Muhammad Rawas Qal'ah, *Mu'jam Lughah al-Fuqaha*, (Beiru: Dar al-Nafais, t.th), h. 187.

<sup>3</sup> Wizarah al-Awqaf al-Islamiyah al-Kuwatiyah, *al-Fiqhiyah, al-Kuwatiyah*, (Kuwait: Dar al-Salasil, 1427 H), Juz. 9, h. 27.

*si'ir* bukan *as-saman* karena *as-si'ir* merupakan harga actual yang terbentuk dalam proses jual beli.

Menurut Imam Taqiyuddin An-Nabhani: “*Tas'ir* adalah perintah penguasa atau para wakilnya atau siapa saja yang mengatur jurusan kaum muslimin kepada pelaku pasar agar mereka tidak menjual barang dagangan mereka kecuali dengan harga tertentu, dan mereka dilarang menambah atas harga itu agar mereka tidak melonjakkan harga, atau mengurangi dari harga itu agar mereka tidak merugikan lainnya. Artinya, mereka dilarang menambah atau mengurangi dari harga itu demi kemaslahatan masyarakat”.

Sayyid Sabiq menjelaskan *tas'ir* berarti: *al-Tas'ir* berarti menetapkan harga tertentu untuk barang dagangan yang dijual selama tidak ada kezaliman penguasa dan tidak pula kezaliman terhadap pembeli”.<sup>4</sup> Sesuai dengan kandungan definisi-definisi di atas, para ulama fikih sepakat menyatakan bahwa yang berhak untuk menentukan dan menetapkan harga itu adalah pihak pemerintah setelah mendiskusikannya dengan pakar-pakar ekonomi. Dalam menetapkan harga pemerintah harus mempertimbangkan kemaslahatan para pedagang dan para konsumen. Dengan demikian, menurut apa pun bentuk komoditi dan keperluan warga suatu negara untuk kemaslahatan mereka pihak pemerintah berhak atau bahkan harus menentukan harga yang logis sehingga pihak produsen dan konsumen tidak dirugikan.<sup>5</sup>

Dengan demikian *tas'ir*, penetapan harga oleh pemerintah kepada para pelaku pasar agar tidak menjual komoditas kecuali dengan harga tertentu. Jadi, mereka dilarang untuk menambah atau mengurangi dari harga yang dipatok demi kemaslahatan masyarakat. Artinya, negara melakukan investasi (campur tangan) atas harga dengan menetapkan harga tertentu atas suatu komoditas dan setiap

---

<sup>4</sup>Sayyid Sabiq, *fiqh al-Sunnah*, Jilid 3, (Kairo, Dar al-Fath Lil I'lam al-Arabi, 1421 H), h. 113.

<sup>5</sup>*Ibid.*

orang dilarang untuk menjual lebih atau kurang dari harga yang ditetapkan itu demi mempertimbangkan kemaslahatan masyarakat.

Pengertian harga berbeda dengan pengertian nilai. Nilai adalah kemampuan suatu barang atau benda yang dapat memenuhi kebutuhan atau dipertukarkan dengan barang lain, sedangkan harga adalah nilai barang atau jasa yang dinyatakan dalam sejumlah satuan uang tertentu. Ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam penetapan harga<sup>6</sup>:

1. *Starting Point*. Situasi pasar, permintaan dan persaingan merupakan titik mulai dalam penetapan harga.
2. Faktor Pembatas. Banyak yang membatasi keleluasan dalam menetapkan harga. Selain biaya, faktor-faktor lainnya adalah strategi bauran pemasaran, harapan perantara dan faktor-faktor lingkungan makro (sosial, ekonomi, budaya dan politik) dapat mempengaruhi penetapan harga sebagai faktor pembatas.
3. Aspek Managerial Organisasi. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga hanya menyangkut aspek manajerial saja. Perusahaan perlu menjelaskan siapa yang berwenang menetapkan harga di dalam perusahaan.

Penetapan harga meliputi langkah-langkah sebagai analisis keadaan pasar, aspek paling penting dari analisis ini adalah memahami hubungan permintaan dan harga. Identifikasi faktor-faktor pembatas, faktor pembatas adalah faktor yang membatasi keleluasan perusahaan dalam menetapkan harga. Biaya mengurangi keleluasan perusahaan dalam menetapkan harga rendah. Tetapkan sasaran, satu sasaran yang paling umum adalah memperoleh keuntungan. Untuk itu, harga harus lebih tinggi dari biaya rata-rata.

Analisis potensi keuntungan, apapun sasarannya, perusahaan perlu mengetahui berapa keuntungan ataupun kerugian dari setiap

---

<sup>6</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 198.

alternatif harga. Tentukan harga awal. Setelah sifat-sifat pasar diketahui, faktor pembatas dikenali, sasaran ditetapkan, dan potensial keuntungan dianalisis, langkah selanjutnya saatnya menetapkan harga awal.<sup>7</sup>

## **B. Penetapan Harga dalam Islam**

Kelangkaan barang secara arti finansial yang diciptakan oleh pembisnis tak bermoral pada umumnya memiliki akibat pada harga. Itu dapat terjadi karena berlangsungnya bisnis spekulatif, penimbunan, pasar gelap, atau penyeludupan. Semua itu terlarang di dalam masyarakat Islam. Oleh karenanya, biasanya tidak ada kekhawatiran akan terjadinya kenaikan harga arti finansial, karena muslim yang benar tidak akan melakukan penimbunan maupun spekulatif. Tetapi selalu ada kambing hitam yang tidak akan berhenti melakukan malpraktik tersebut karena mereka mengharap akan menuai laba yang tidak semestinya, sehingga dengan demikian akan menyebabkan terjadinya tekanan inflasioner. Situasi seperti itu sudah pernah terjadi sekali selama pemerintahan Rasulullah SAW, tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.

Sekalipun Rasulullah SAW tidak bersedia melakukan campur tangan dengan menetapkan atau mengontrol harga, beberapa langkah sering beliau ambil untuk meniadakan penimbunan, menghapus monopoli serta melarang bisnis spekulatif, agar harga tidak akan meningkatkan secara tidak wajar. Namun, para fukaha berpandangan bahwa pemerintahan Islam dapat melakukan campur

---

<sup>7</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar*,.... h. 202

tangan dan menetapkan harga jika para pebisnis jahat, spekulatif dan penimbunan telah menaikkan harga bahan makanan dan barang-barang kebutuhan sehari-hari, dengan cara menciptakan kelengkapan di pasar. Dalam situasi normal, pemerintah tidak boleh secara umum melakukan campur tangan terhadap harga alami yang terjadi di pasar bebas.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah SAW, saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan).

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Kattab.

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,<sup>8</sup> yaitu:

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.<sup>9</sup>

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiah. 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.

---

<sup>8</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin* (Jakarta: Gema Insani, 1999), h.189

<sup>9</sup> *Ibid.*

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selaludisebabkan 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.<sup>10</sup>

### **1. Konsep Penetapan Harga yang Adil**

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 SWT, sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>11</sup>

Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi

---

<sup>10</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011),h.144

<sup>11</sup>Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'(Jakarta: Robbani Press, 2004), h.316

harga, bila kenaikan harga disebabkan oleh distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain:

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (profit margin) sekaligus melindungi pembeli dalam hal purchasing power
- b. Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara ikhtikar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
- c. 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.<sup>12</sup>

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik antara konsumen dan produsen baik dari pasar output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi).<sup>13</sup> Adapun harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu. Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayar untuk objek yang sama diberikan pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut.<sup>14</sup> Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal. Yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh supply dan demand tidak ada unsur spekulasi.

Ada dua tema yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yakni komvensasi yang setara/adil (*Iwad al-Mitsl*) dan harga yang setara/ adil (*Tsaman al-*

---

<sup>12</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002), h.203

<sup>13</sup> Adi Kuswanto, *Pengantar Ekonomi*, Cet Ke-3 (Depok: Gunadarma, 1993), h. 6

<sup>14</sup> Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Libanon: Dar al Kitab al Islamiyah, 1996), h. 522

*Mitsl*). Dia berkata: “ Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*Nafs al-'Adl*)”.

*Iwadh al-Mitsl* adalah penggantian yang sepadan yang merupakan nilai harga yang sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, inilah esensi dari keadilan.<sup>15</sup>

Adapun *Tsaman al-Mitsl*, adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *La Dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman.

Konsep Ibnu Taimiyah tentang kompensasi yang adil dan harga yang adil memiliki dasar pengertian yang berbeda. Permasalahan tentang kompensasi yang adil, muncul ketika membongkar masalah moral atau kewajiban hukum, (berkaitan dengan kepemilikan barang). Adapun prinsip-prinsip itu berkaitan dengan kasus-kasus berikut:

- a. Ketika seseorang bertanggungjawab menyebabkan terluka atau rusaknya orang lain (*nufus*), hak milik (*amwal*), keperawanan dan keuntungan (*manafi*).
- b. Ketika seseorang mempunyai kewajiban membayar kembali barang atau profit yang setara atau membayar ganti rugi atas terlukanya salah satu bagian dari anggota tubuhnya.
- c. Ketika seseorang dipertanyakan telah membuat kontrak tidak sah (*al-'Uqud al-Fasidah*) ataupun kontrak yang sah (*al-'Uqud*

---

<sup>15</sup>*Ibid*

*al-Shalihah*) pada peristiwa yang menyimpang (*arsh*) dalam kehidupan maupun hak milik.<sup>16</sup>

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah hanya terjadi pada pasar kompetitif, tidak ada pengaturan yang mengganggu keseimbangan harga kecuali jika terjadi suatu usaha (usaha yang mengganggu terjadinya keseimbangan yaitu kondisi dimana semua faktor produksi digunakan secara optimal dan tidak ada *idle*, sebab harga pasar kompetitif merupakan kecenderungan yang wajar, Ibnu Taimiyah mengungkapkan bahwa jika masyarakat menjual barang dagangannya dengan harga normal (kenaikan harga dipengaruhi oleh kurangnya persediaan barang karena menurunnya supply barang), maka hal seperti ini tidak mengharuskan adanya regulasi terhadap harga. Karena kenaikan harga tersebut merupakan kenaikan harga yang adil dan berada dalam persaingan sempurna, tanda unsur spekulasi.

Konsep Ibnu Taimiyah tentang harga yang setara/adil memiliki kesamaan dengan konsep harga yang adil yang disampaikan oleh pemikir skolastik, terutama Aquinas. Akan tetapi Ibnu Taimiyah memberikan makna yang lebih luas. Ia menganjurkan bahwa dalam menetapkan harga yang adil itu dengan pertimbangan apabila suatu barang tersebut tidak ada di suatu tempat. Secara eksplisit, ia mengajukan pertimbangan untuk mempertemukan antara nilai subjektif dari pembeli dengan nilai subjektif dari penjual. Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal-balik dan hubungan-hubungan lain di antara anggota masyarakat. Pada konsep harga yang adil pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan adanya keadilan

---

<sup>16</sup>Umarudin, M, Ibnu Taimiyah: Pemikiran dan Pembaharuan dalam Buku Mihrajan Ibnu-Taimiyah, h. 725-726

## **2. Stabilitas Harga**

Kestabilan harga juga merupakan ukuran keberhasilan ekonomi makro suatu negara. Kestabilan harga ditunjukkan dengan laju inflasi. Semakin tinggi inflasi, semakin tinggi kenaikan harga. Secara umum, inflasi rendah masih bisa diterima, bahkan dalam hal-hal tertentu mendorong perkembangan ekonomi. Misalnya, Indonesia mengalami inflasi 3% (yang mungkin belum pernah terjadi sejak kemerdekaan). Dengan inflasi tersebut, harga barang naik. Hal tersebut dapat mendorong produsen untuk meningkatnya produksi mereka. Dengan harga yang makin tinggi, pendapatan perusahaan meningkat. Selain itu, peningkatan biaya produksi tidak secepat kenaikan harga. Dengan demikian, kenaikan harga produksi juga berarti kenaikan laba perusahaan. Di sisi lain, inflasi yang rendah menyebabkan daya beli masyarakat turun, tetapi tidak signifikan. Mungkin sebagian penduduk tidak merasakan kenaikan harga karena mereka tidak sensitif terhadap harga. Akibatnya, mereka tidak mengurangi belanja.<sup>17</sup>

## **3. Penentuan Harga dan Jumlah yang Diperjualbelikan**

Harga pasar suatu komoditas dan jumlah yang diperjualbelikan di tentukan oleh permintaan dan penawaran dari komoditas tersebut dengan harga pasar dimaksudkan harga yang di sepakati oleh penjual dan pembeli. Penentuan harga pasar tergantung dari penawaran, permintaan dan bentuk pasar dimana penawaran dan permintaan itu terjadi. Oleh karena itu perlu secara serentak dilakukan analisis terhadap permintaan dan penawaran akan suatu

---

<sup>17</sup>Bramantyo Djohanputra, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro*, (Jakarta: PPM, 2006), h. 20.

komoditas untuk menentukan harga dan jumlah yang di perjual belikan dari suatu komoditas tertentu.<sup>18</sup>

Analisis permintaan dan penawaran di gunakan untuk menggunakan mekanisme pasar. Tanpa campur tangan pemerintah, permintaan dan penawaran dengan sendirinya akan mencapai keseimbangan harga dan jumlah komoditas yang diperjualbelikannya. Bagaimana harga dan jumlah bervariasi sepanjang waktu, tergantung pada bagaimana permintaan dan penawaran bereaksi terhadap perubahan variabel, variabel ekonomi lainnya. Respon yang di tunjukkan akan berbeda dari satu pasar ke pasar lainnya. Oleh karenanya pemahaman secara kualitatif dan kuantitatif akan sangat membantu memahami dampak fenomena tersebut.

Pada umumnya untuk menjamin berlangsungnya interaksi antara permintaan dan penawaran komoditas sebagaimana yang di terapkan, diasumsikan pasar yang dihadapi adalah pasar persaingan sempurna dan harga yang fleksibel sehingga memungkinkan tercapainya kondisi pasar bersih. Secara garis besarnya terdapat dua bentuk pasar, yaitu bentuk pasar dengan persaingan murni dan bentuk pasar dengan persaingan tidak sempurna. Bentuk pasar dengan persaingan murni ditandai oleh sifat-sifat berikut:

- Komoditas yang diperjualbelikan harus homogen
- Terdapatnya jumlah penjual atau pembeli yang amat banyak, sehingga jumlah yang di belikan oleh seorang pembeli atau jumlah yang di jual.
- Tidak adanya penetapan-penetapan dari luar yang bersifat memaksa baik terhadap penawaran komoditas.
- Terdapatnya mobilitas sumber-sumber daya, barang-barang dan atau jasa-jasa dalam aktivitas ekonomi sesuai dengan prinsip ekonomi.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup>Sugiarto, Dkk, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 44.

#### 4. Elastisitas Permintaan Terhadap Harga

Elastisitas permintaan terhadap harga mengukur seberapa besar perubahan jumlah komoditas yang di minta apabila harganya berubah. Jadi elastisitas permintaan terhadap harga adalah ukuran kepekaan perubahan jumlah komoditas yang dimintai terhadap perubahan harga komoditas yang dimintai terhadap perubahan harga komoditas tersebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Nilai elastisitas permintaan terhadap harga merupakan hasil bagi anatar persentase nilai yang diperoleh tersebut merupakan suatu besaran yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah komoditas yang dimintai apabila di bandingkan dengan perubahan harga.<sup>20</sup>

Secara numerik, elastidsitas permintaan terhadap harga ( $\eta_p$ ) dapat dihitung dengan rumus:

$$\eta_p = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah yang diminta}}{\text{persentasi perubahan harga}}$$
$$\eta_p = \frac{\frac{(Q_{D1}-Q_{D0})}{Q_{D0}}}{\frac{P_1-P_0}{P_0}}$$

Dalam rumus tersebut harga berubah dari  $P_0$  menjadi  $P_1$  dan jumlah komoditas yang diminta berubah dari  $Q_{D0}$  menjadi  $Q_{D1}$ . Karena pada umumnya harga dan jumlah komoditas yang diminta mengalami perubahan ke arah yang berlawanan (kalau harga naik jumlah yang diminta berkurang), maka nilai elastisitas permintaan terhadap harga akan bernilai negatif.

#### C. Penutup

Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur

---

<sup>19</sup>*Ibid*....., h. 57

<sup>20</sup>*Ibid*.....,h. 103

distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Penetapan harga terjadi antara penawaran dan permintaan dari sebuah komoditas. Dalam penetapan harga pemerintah juga dapat berperan dalam rangka memberikan kestabilan harga. Apabila harga tidak stabil maka banyak pihak yang dirugikan dan transaksi tidak akan berjalan sebagaimana yang diharapkan, oleh karena itu diperlukan kestabilan harga agar aktifitas pasar dapat berjalan normal tanpa permainan harga yang dilakukan oleh oknum tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi KusWanto, *Pengantar Ekonomi*, Cet, Ke-3, Depok: Gunadarma, 1993.
- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Bramantyo Djohanputra, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro*, Jakarta: PPM, 2006.
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonomisia, 2002.
- Ibnu Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, Libanon: Dar al Kitab al Islamiyah, 1996. Muhammad Rawas Qal'ah, *Mu;jam Lughah al-Fuqaha*, Beirut: Dar al-Nafais, t.th.
- Sayyid Sabiq, *fiqh al-Sunnah*, Jilid 3, Kairo, Dar al-Fath Lil I'lam al-Arabi, 1421 H.
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Sugiarto, Dkk, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Sujama Ismaya, *Kamus Perbankan*, Bandung: Pustaka Grafika, 2006.
- Umarudin, M, *Ibnu Taimiyah: Pemikiran dan Pembaharuan dalam Buku Mihrajan Ibnu-Taimiyah*.
- Wizarah al-Awqaf al-Islamiyah al-Kuwatiyah, *al-Fiqhiyah, al-Kuwatiyah*, Kuwait: Dar al-Salasil, 1427 H.
- Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu' Jakarta: Robbani Press, 2004.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*, Jakarta: Gema Insani, 1999.