



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 13185-13192

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Konsep Harga Dalam Ekonomi Mikro Islam

Zuwardi¹✉, Afri Yongki², Annisa Nurul Dienya³, Andre Rukmana Sen⁴, Ryan Cahyadi⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI),

Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bikittinggi

Email : azuwardiiyzi4@gmail.com¹✉

Abstrak

Penetapan harga adalah fenomena yang memerlukan penyelidikan mendalam. Harga selalu berfluktuasi berdasarkan faktor yang mempengaruhinya saat ini. Harga dapat naik atau turun secara signifikan sebagai akibat dari perubahan penawaran dan permintaan. Dalam ekonomi Islam, harga ditentukan oleh keadaan pasar yang didasarkan pada penawaran dan permintaan. Menurut Ibn Taimiyah, jika harga dibiarkan berfluktuasi secara spontan sesuai dengan kondisi pasar, pada akhirnya akan muncul harga yang wajar, dan pemerintah tidak berhak mencampuri keputusan tersebut.

Kata Kunci : *Harga, Pasar, Penawaran, Permintaan*

Abstract

Pricing is a phenomenon that requires in-depth investigation. Prices always fluctuate based on the factors that affect them at the moment. Prices can rise or fall significantly as a result of changes in supply and demand. In Islamic economics, prices are determined by market conditions which are based on supply and demand. According to Ibn Taimiyah, if prices are allowed to fluctuate spontaneously according to market conditions, in the end a fair price will appear, and the government has no right to interfere in this decision

Keyword : *Price, Market, Supply, Demand*

PENDAHULUAN

Istilah "ekonomi Islam" digunakan untuk menggambarkan sistem ekonomi yang didasarkan pada Al-Qur'an dan sunnah dan bertujuan untuk kemaslahatan umat manusia. Prinsip ekonomi Islam dapat dipecah menjadi empat prinsip: "*tauhid*", "*keseimbangan*", "*kehendak bebas*", dan "*tanggung jawab*".(Amin & Taufiq, 2023) Permintaan dan penawaran

merupakan faktor utama dibalik penetapan harga dalam ekonomi Islam.(Doni et al., 2022) Ketika kondisi pasar tidak menjamin keuntungan bagi satu pihak, penting untuk menetapkan harga; namun, permainan harga sering terjadi ketika penjual memiliki kendali penuh atas pasar. Untuk meningkatkan keuntungan mereka, vendor akan menaikkan harga. Setiap orang bebas mengejar kekayaan dan perkembangannya. (Nuryadin)

Hukum komersial Islam mendefinisikan perdagangan sebagai industri yang menguntungkan yang menghasilkan uang dari surplus yang tersisa setelah imbalan yang memadai untuk penggunaan input terkait produksi. Dengan demikian, keuntungan dalam ajaran Islam adalah keuntungan komersial bebas riba yang patut. Sangat sah-sah saja bagi penjual untuk menggunakan berbagai taktik untuk membujuk pelanggan agar membeli produk yang mereka tawarkan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan.(Effendy et al., 2023) Penjual yang hanya mementingkan keuntungannya sendiri dan kepuasan egonya sendiri sering memanfaatkan situasi ini, sehingga merugikan pelanggan dan lingkungannya. Sayangnya, fluktuasi harga di pasar dan kurangnya pengetahuan tentang cara menghitung keuntungan menyebabkan kondisi ini sering digunakan.(Asbullah et al., 2023)

Dua syarat yang harus dipenuhi agar suatu pasar dianggap ideal: pertama, barang harus diperdagangkan dengan harga yang kompetitif dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat; dan kedua, tidak boleh ada monopoli, oligopoli, atau kartel.

Berdasarkan pembahasan diatas tersebut maka penulis tertarik membahas tentang "*Analisis Konsep Harga Dalam Ekonomi Mikro Islam*".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan (*library research*); yaitu data dan bahan kajian yang termasuk dipergunakan berasal dari sumber-sumber kepustakaan, baik berupa buku, ensiklopedi, jurnal, majalah, surat kabar, makalah dan yang lainnya.(Sutrisno Hadi, 1987) Dalam studi ini, akademisi menggunakan teknik yang dikenal sebagai penelitian perpustakaan, yang mencakup serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan data dari perpustakaan, membaca dan menganalisis data yang dikumpulkan, dan mensintesis bahan baku studi. Penelitian pustaka (*library research*) adalah penelitian yang subjeknya dicari melalui berbagai sumber perpustakaan, seperti buku, jurnal akademik, majalah, Kitab Suci, dan dokumen resmi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang membutuhkan wawancara atau kelompok fokus untuk mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini, peneliti mencari sumber yang relevan dengan mencari literatur yang menjawab pertanyaan yang diajukan. Civitas akademika mengumpulkan informasi untuk memecahkan masalah yang diajukan dengan membaca berbagai sumber. Penelitian kepustakaan merupakan pemeriksaan terhadap catatan candi yang dapat memberikan jawaban atas pertanyaan tentang masalah yang diteliti. Hasil dari setiap

investigasi kota dapat diperoleh melalui berbagai sumber data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nama lengkap beliau adalah Ahmad Ibn Abd al-Halim ibn Abd al-Salam ibn Taimiyah lahir pada tanggal 10 Januari 661 H (atau 22 Januari 1263 M) di kota Harran di provinsi Hama Suriah, dan dia meninggal pada tanggal 26 September 1328 M (atau malam tanggal 20 September 728 H).

Ibnu Taimiyah lahir dari keluarga ulama; kakeknya adalah Syihab al-Din Abd al-Halim ibn al-Salam (627-628 H), Imam Besar Masjid Agung di Damaskus dan Direktur Dar al-Hadits al-Syukkariyyat. Imam al-Syaukani (1177 –1251) menyebutnya sebagai Mujtahid mutlak, dan pembimbingnya adalah Syeikh Majduddin Abi al-Barakah Abd al-Salam ibn Abdillah (590–652 H). Selain itu beliau adalah seorang masyhur mufassir, muhaddis, ushul, faqih, nahwie, dan mushannif. Sebaliknya, ayah al-Khatib Fakhr al-Din adalah seorang ulama dan aktivis ulama terkemuka. Sebaliknya, adik laki-laki Ibnu Taimiyah, Syarif al-Din Abdullah bin Halim (696-727 H) adalah seorang ulama terkemuka di bidang farabiyya dan keilmuan hadits. (Muhammad, 2011)

Ketika kualitas intelektual dan spiritual Ibnu Taimiyah menyatu, tak disangka ia lahir dari keluarga cerdas yang mengamalkan Islam. Kecemerlangannya pertama kali terlihat ketika dia masih muda dan unggul di kelasnya di sejumlah mata kuliah studi Islam fundamental, termasuk tafsir, hadis, hukum, matematika, dan filsafat. Menurut perspektif Islam, Ibnu Taimiyah adalah seorang ulama multi talenta yang pekerjaannya tidak hanya mengajar, memproduksi buku, dan beribadah tetapi juga aktif berpartisipasi dalam politik dan tugas publik ketika situasi membutuhkannya. Ibnu Taimiyah juga mendapat pujian karena menjadi salah satu tokoh Islam yang pandangan Islamnya mandiri dan tidak berusaha mempengaruhi orang lain.

Ibnu Taimiyah menulis semua karyanya dalam bahasa Arab, dan semuanya telah diterjemahkan ke dalam beberapa bahasa lain, termasuk bahasa Indonesia, Inggris, dan Urdu. Mengenai pengaruh Ibnu Taimiyah di dunia Islam, dapat diamati di negara-negara Arab seperti Mesir, Suriah, Arab Saudi, Sudan, dan lain-lain. Misalnya, buku-buku yang ditulis oleh Ibnu Taimiyah telah berkembang menjadi aturan dan mata pelajaran untuk studi triwulan siswa. (Thomas Michel, 1983)

Konsep Harga Menurut Ibn Taimiyah

Ekonomi Islam berpendapat bahwa pasar dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kehidupan ekonomi jika gagasan persaingan bebas dapat berfungsi dengan benar. Negara yang memiliki kekuasaan untuk menetapkan harga melalui praktek monopoli atau pihak lain tidak perlu mengintervensi pasar. Dalam konteks ini, persaingan bebas berarti umat Islam bebas menentukan sendiri apa yang mereka konsumsi dan ciptakan, serta apa yang mereka butuhkan dan bagaimana mendapatkannya. Menurut Imam al-Ghazali, kompetisi tak terbatas ini

merupakan aspek normal dari pasar.

Menurut Ibnu Taimiyah, akan lebih masuk akal jika Rasulullah atau pemerintah mengintervensi pasar untuk menaikkan harga guna memenuhi kebutuhan satu orang saja. Pemerintah menggunakan strategi yang sama (intervensi harga) untuk memenuhi perumahan, pangan, dan sandang banyak orang. kebutuhan. karena tuntutan masyarakat jauh lebih penting daripada kebutuhan pribadi. Dari sudut pandang ekonomi, Ibnu Taimiyah juga menyatakan bahwa perubahan harga seringkali disebabkan oleh alasan lain, seperti kuota impor yang lebih rendah untuk produk yang dibutuhkan masyarakat atau kekurangan produksi. (Taimiyah, 1976)

Dengan demikian, tren harga akan naik jika permintaan atas beberapa komoditas meningkat sementara penawaran barang tersebut turun. Di sisi lain, jika permintaan cenderung menurun seiring dengan bertambahnya pasokan komoditas, harga barang-barang tersebut juga akan turun. Tidak jarang kekurangan atau kelebihan barang dagangan disebabkan oleh kemahakuasaan Allah SWT yang menanamkan hawa nafsu dalam hati manusia, bukan karena aktivitas pihak tertentu atau kekuatan penindas.

Ahmad Fikri Nu'man, seorang ahli ekonomi modern dari Timur Tengah, mendukung teori Ibnu Taimiyah dengan menyatakan bahwa ada penyebab dharuri tertentu yang menyebabkan kenaikan harga pada masa Nabi, sehingga sesuatu yang dharuri hilang bersamaan dengan hilangnya penyebab dharuri tersebut. situasi. Itu. Sebaliknya Rasulullah SAW berpendapat bahwa harga-harga akan segera kembali normal dan penetapan harga merupakan tindakan yang merugikan kepentingan para pedagang karena memaksa mereka untuk menjual produknya dengan harga yang tentunya tidak sesuai dengan preferensi mereka. (Nu'mad, 1995)

Gabungan pandangan Ibnu Taimiyah dan Ahmad Fikri Nu'man, yang ditunjukkan di atas, menunjukkan ide-ide berikut:

- a. Rasulullah SAW adalah utusan Allah SWT dan menerima ilmu baik materi maupun spiritual dari-Nya. Perdagangan, dan khususnya bagaimana harga pasar ditetapkan, adalah usaha global.
- b. Dinamika penawaran dan permintaan di pasar mendorong naik turunnya harga komoditas perdagangan.
- c. Perubahan harga, baik ke atas maupun ke bawah, selama jangka waktu yang lama tidak selalu disebabkan oleh perilaku licik sekelompok pedagang terpilih.
- d. Keinginan kedua belah pihak untuk bertransaksi merupakan landasan terbentuknya harga yang merupakan titik temu kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Ibnu Taimiyah membela partisipasi pemerintah dalam stabilitas harga dalam keadaan tertentu untuk memastikan bahwa pasar, kendaraan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, beroperasi sesuai dengan hukum Islam. Menurut Ibnu Taimiyah, situasi berikut memerlukan campur tangan pemerintah:

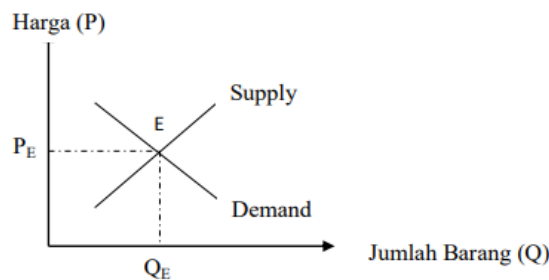
Pertama, beberapa barang yang dianggap perlu oleh masyarakat namun konon berada

di bawah kekuasaan pihak-pihak tertentu. penunjang kehidupan masyarakat, sembako (sembilan bahan pokok). *Kedua*, Pemerintah memberlakukan hak hajar, yaitu pembatasan hak pakai hasil dan hak pakai hasil atas kepemilikan barang oleh pemerintah berdasarkan kuota kebutuhan pokoknya, sebagai akibat adanya tanda-tanda monopoli atas komoditi tertentu. *Ketiga*, manifestasi pemberontakan sehingga satu vendor atau pihak tertentu menjadi satu-satunya tempat distribusi komoditas terfokus. Penetapan harga dilakukan dengan cara ini untuk mencegah barang tersebut dijual dengan harga yang ditentukan secara sepihak dan sewenang-wenang oleh pihak penjual. *Keempat*, ada kolaborasi internal di antara dealer ketika mereka membeli dan menjual komoditas tertentu dengan potongan harga sesuai nilai pasar. Kemungkinan perubahan harga yang signifikan dan dramatis bagi pelanggan dipengaruhi oleh hal ini. (Taimiyah, 1976)

Teori Harga

Teori harga adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga pasar untuk barang-barang ditetapkan. Secara umum, jumlah permintaan dan penawaran untuk suatu objek menentukan harganya, sedangkan permintaan dan penawaran dipengaruhi oleh berbagai keadaan. Dinamika penawaran dan permintaan yang memengaruhi harga biasanya diwakili oleh kurva, seperti gambar di bawah ini. (Rozalinda, 2018)

Gambar : 1 Kurva Teori Harga



Garis permintaan, atau garis D, menunjukkan berapa banyak permintaan yang ada untuk suatu produk pada titik harga yang berbeda. Garis S, di sisi lain, adalah penawaran (persediaan) yang menunjukkan jumlah barang yang tersedia pada titik harga yang berbeda. Permintaan dan penawaran bertemu di Titik E, di mana keseimbangan harga pasar terbentuk.

Dengan fungsi penawaran, adalah mungkin untuk menunjukkan kapasitas konsumen untuk membayar barang tertentu. Berdasarkan bagaimana penjualan bereaksi terhadap perubahan harga, informasi elastisitas harga dalam fungsi permintaan untuk barang tertentu ditentukan dengan tepat. Elastisitas harga adalah pengetahuan penting yang harus dimiliki ketika menerapkan strategi diferensiasi harga. Untuk menetapkan harga produk mereka, bisnis memerlukan pengetahuan tentang elastisitas produk. Ciri atau pola tanggapan konsumen terhadap fluktuasi harga adalah elastisitas harga. (Rozalinda, 2018)

Karena akan berdampak pada keuntungan produsen, maka harga suatu produk merupakan elemen yang penting. Harga harus ditentukan dengan hati-hati karena konsumen juga memperhitungkan harga saat melakukan pembelian. Ada beberapa perspektif tentang arti harga di pasar, dan konsep harga juga cukup bervariasi. Harga menurut salah seorang ulama fiqih, merupakan harga yang berlaku di masyarakat saat ini. Permintaan dan penawaran adalah faktor utama dalam penciptaan harga, dan bahkan Nabi pun menyadari bahwa hubungan antara penawaran dan permintaan ini menentukan berapa banyak biaya. (Shiddiqi, 1996)

Jika harga adalah salah satu bentuk pendapatan bagi pemilik usaha, maka harga adalah biaya atau kompromi yang harus dilakukan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

1. Permintaan

Salah satu faktor yang mendorong pasar adalah permintaan. Ibnu Taimiyah menyebut permintaan ini sebagai keinginan. Keinginan nyata konsumen jauh lebih rumit daripada yang terlihat, dan mereka dianggap diilhami oleh Tuhan. Pada dasarnya, berikut ini dapat digunakan untuk meringkas unsur-unsur yang mempengaruhi permintaan: (Shiddiqi, 1996)

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan
- b. Biaya produk yang dipertanyakan. Biaya produk yang dipermasalahkan memiliki peran penting dalam menentukan permintaan. Tingkat harga dan jumlah yang dibutuhkan seringkali memiliki hubungan negatif. Jumlah yang diminta berkurang saat tingkat harga naik dan sebaliknya.
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan bagaimana pengaruhnya terhadap harga, Ibnu Taimiyah mengamati bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan

2. Kurva permintaan

Fitur koneksi terbaik antara harga dan kuantitas yang diinginkan adalah yang memungkinkan kurva permintaan untuk berbagai jenis barang biasanya turun dari kiri atas ke kanan bawah kurva. Satu variabel akan turun jika yang lain naik. (Sukirno, 2006)

3. Penawaran

Ibnu Taimiyah menggambarkan penawaran ini sebagai ketersediaan produk di pasar. Saat dia melihatnya. Penawaran dapat berasal dari impor maupun manufaktur dalam negeri, sehingga produsen atau penjual melakukan kegiatan ini. Namun, sejumlah faktor, seperti berikut ini, berdampak pada penawaran : (P3EI, 2008)

a. Masalah

Derajat kepercayaan produsen akan sangat menentukan bagaimana masalah mempengaruhi penawaran. Produsen dengan tingkat kepercayaan "biasa" cenderung memasok barang dengan kandungan berkah yang minimal; namun demikian, jika jumlah masalah yang

termasuk dalam komoditas yang diciptakan bertambah, produsen akan meningkatkan jumlah outputnya. Dalam keadaan ini, produsen akan menganggap barang atau layanan yang diberikan sangat baik jika memenuhi konten berkat minimum, yang memungkinkan penilaian penawaran berikutnya didorong oleh keuntungan.

b. Pendapatan

Laba merupakan komponen masalah karena dapat membangun modal yang selanjutnya dapat digunakan untuk berbagai usaha yang berbeda. Dengan kata lain, keuntungan akan lebih banyak uang untuk mendapatkan masalah bahkan lebih untuk mencapai falah.

4. Kurva penawaran

Kurva penawaran berjalan kiri ke kanan, atas ke bawah. Ini menunjukkan bahwa pergerakannya berlawanan dengan kurva permintaan. Menurut struktur kurva penawaran, terdapat korelasi positif antara harga dan kuantitas yang ditawarkan; yaitu, ketika harga naik, lebih banyak barang akan tersedia. Untuk kurva permintaan menampilkan tindakan para pelaku yang secara konsisten mencari keuntungan terbesar. Jumlah barang yang disediakan produsen meningkat saat tingkat harga naik. Sebaliknya, jumlah yang ditawarkan menurun ketika tingkat harga menurun. (P3EI, 2008).

SIMPULAN

Ekonomi Islam berpendapat bahwa pasar dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kehidupan ekonomi jika pasar persaingan bebas dapat berfungsi dengan benar. Dalam konteks ini, pasar persaingan bebas berarti umat Islam bebas menentukan sendiri apa yang mereka konsumsi dan ciptakan, serta apa yang mereka butuhkan dan bagaimana mendapatkannya. Menurut Imam al-Ghazali, kompetisi tak terbatas ini merupakan aspek normal dari pasar. Menurut Ibnu Taimiyah, akan lebih masuk akal jika Rasulullah atau pemerintah mengintervensi pasar untuk menaikkan harga guna memenuhi kebutuhan satu orang saja. Pemerintah menggunakan strategi yang sama (intervensi harga) untuk memenuhi perumahan, pangan, dan sandang banyak orang. kebutuhan. karena tuntutan masyarakat jauh lebih penting daripada kebutuhan pribadi. Dari sudut pandang ekonomi, Ibnu Taimiyah juga menyatakan bahwa perubahan harga seringkali disebabkan oleh alasan lain, seperti kuota impor yang lebih rendah untuk produk yang dibutuhkan masyarakat atau kekurangan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Amin, A.-A., Andespa, W., & Bashir, H. (2022). Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Sidogiri Unit Cabang Sui Kunyit Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil di Desa Sui Kunyit Hulu. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(6), 1214–1227.
- Amin, A.-A., & Taufiq, M. M. (2023). Analisis Pengaruh Hifdz Al Maal Terhadap Pengelolaan Harta
- Copyright@ Zuwardi, Afri Yongki, Annisa Nurul Dienya, Andre Rukmana Sen, Ryan Cahyadi

- Pada Pedagang Muslim Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 163–169.
- Asbullah, M., Barus, I., Al-Amin, A.-A., & Irnayenti, I. (2023). PENGARUH PELATIHAN BUDIDAYA LELE TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MASYARAKAT SUI KUNYIT HULU. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 7(1), 923–932.
- Doni, A. H., Al-Amin, A.-A., & Alfiona, F. (2022). LITERATUR REVIEW: EFEK PENDAPATAN DAN SUBSTITUSI DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 1(3), 144–151.
- Effendy, Y., Andriawan, A., Rawati, M., Hawari, R., & Al-Amin, A.-A. (2023). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN EKONOMI ISLAM DI SUMATERA BARAT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2(2), 121–128.
- Sutrisno Hadi. (1987). *Metodologi Research* (ndi O. Set (ed.); jilid 1).
- Muhammad, S. S. (2011). *Ibn Taimiyyat Imam al-Syaf wa al-Qalam*. Kairo: Majlis alA'la li Syu'un al-Islamiyah.
- Nu'mad, A. F. (1995). *al-Nadzoriyah al-Iqtishadiyah fi al-Islam*. Beirut: Maktabah Al-Islamiyah.
- P3EI, T. P. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rozalinda. (2018). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shiddiqi, M. N. (1996). *Kegiatan ekonomi dalam islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukirno, S. (2006). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ke-3*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Taimiyah, I. (1976). *A-Hisbah fi al-Islam*. kairo: Dar Al-Stab.
- Thomas Michel, I. T. (1983). *Alam Pikiran dan Pengaruhnya di Dunia Islam*. T.tp: Orientasi.
- Nuryadin, M. B. (t.thn.). Harga dalam Perpektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 86.