# ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA PEMBUATAN EMAS MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
## (Studi Kasus pada Toko Mas Keuchik Leumiek)

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**


**M. AMIR RAIS**

**NIM. 140102067**

**Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum**
**Prodi Hukum Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**
**DARUSSALAM BANDA ACEH**
**2018 M/1439 H**

# ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA PEMBUATAN EMAS MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
## (Studi Kasus pada Toko Mas Keuchik Leumiek)

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syariah dan Hukum Uin Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (SI) Dalam Ilmu Hukum Islam

Oleh :

**M. AMIR RAIS**
Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah
NIM : 140102067

Disetujui untuk Diuji/Dimunaqasyahkan oleh:

| Pembimbing I, | Pembimbing II, |
|---|---|
| Dr. H. Nasaiy Aziz, MA | Mumtazinur, S.IP., MA |
| Nip. 195812311988031017 | Nip. 198609092014032002 |

**ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA PEMBUATAN EMAS MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**
**(StudiKasuspadaToko Mas KeuchikLeumiek)**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia *Munaqasyah* Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Hukum Islam

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 08 Agustus 2018 M
26 Dzulkaidah 1439 H

Darussalam-Banda Aceh
Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi

Ketua,

Dr. H. Nasaiy Aziz, MA
NIP. 195812311988031017

Sekretaris,

Mumtazinur, S.IP., MA
NIP. 198609092014032002

Penguji I,

Dr. Muhammad Maulana, S.Ag., M.Ag
NIP: 197204261997031002

Penguji II,

Bustamam Usman, S.Hi, MA
NIDN. 2110057802

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Muhammad Siddiq, M.H., PhD
NIP: 197703032008011015

**KEMENTERIAN AGAMA REPUPLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : M Amir Rais
NIM : 140102067
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 Agustus 2018
Yang Menyatakan

(M Amir Rais)

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah*. Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Sang pemilik dunia dan seisinya, tiada tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya lah kita patut memohon dan berserah diri. Shalawat dan salam kita haturkan kepangkuan baginda Rasulullah SAW, yang telah membimbing kita semua ke jalan yang benar dan yang berakhlak mulia. Amin

Dengan berkat rahmat Allah SWT, penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA PEMBUATAN EMAS MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus pada Toko Mas Keuchik Leumiek)"** penulisan ini salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis, kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada bapak Dr. H. Nasaiy Aziz, MA selaku pembimbing pertama dan Ibu Mumtazinur S.IP., MA selaku pembimbing kedua dan kepada bapak Ihdi karim Makinara selaku Penasehat Akademik yang telah ikhlas dan sudi kiranya meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sejak awal sampai dengan selesai.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Dr. Muhammad Siddiq, MH selaku dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, serta semua dosen dan asisten yang telah memberi ilmu sejak awal sampai akhir semester. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan asuhan, dorongan dan kasih sayang kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M.Si selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syariah dan seluruh staf prodi Hukum

Ekonomi Syariah. Kepada karyawan dan karyawati Perpustakaan UIN Ar-raniry dan perpustakaan lainnya yang telah memberikan fasilitias dan pelayanan dengan sebaik mungkin dalam meminjamkan buku-buku untuk referensi yang diperlukan dalam penulisan skripsi.

Selanjutnya terima kasih kepada Bapak Harun Keuchik Leumiek yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Toko Mas Keuchik Leumiek, dan telah memberikan waktu luang dan data yang sangat bermanfaat bagi skripsi penulis. Selanjutnya terima kasih kepada sahabat-sahabat saya Rahmat Iqbal, Khairul Ikhsan, Nayli Maulidia, Aris Rahmaddillah, Khalilurrahman, Hidayat dan teman-teman seperjuangan HES 2014. Yang telah memberi dukungan dan semangat sehingga karya ilmiah ini selesai.

Kepada sahabat diluar Fakultas Syariah dan Hukum, Kaisal Munir, Heri Zuflizar, Rahmanda Oriana, Fazriadi, Risfan Afriandi, Adis Saprina, Sarah Yuliana, Suhaimi, M Salim, Misrawati, Rahmaini Shalihah, Luqman Hakim, Cut Maulina Alamsari, Raza, Desi Ratna Sari, yang telah memberikan dukungan dan energi positif kepada saya. Semoga Allah SWT, melimpahkan rahmat dan karunia kepada semua yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun penulisannya.

Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya penulusuran lebih lanjut mengenai penelitian ini, serta kritik dan saran yang membangun dari berbagi pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya kepada Allah jugalah kita berserah diri dan memohon petunjuk serta ridha-Nya dalam mengarungi kehidupan.

Banda Aceh, 28 Juli 2018
Penulis,

M AMIR RAIS
NIM. 140102067

# TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543 b/U/1987 tentang Transliterasi Huruf Arab ke dalam Huruf Latin.

**1. Konsonan**

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Ẓ |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ‘ |
| 4 | ث | Ṡ | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | Ḥ | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ż | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ھ | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | ’ |
| 14 | ص | Ṣ | 29 | ى | Y |
| 15 | ض | Ḍ | | | |

**2. Konsonan**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Contoh vokal tunggal : كَسَرَ ditulis *kasara*

جَعَلَ ditulis *ja'ala*

Contoh vokal rangkap :

a. *Fathah* + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai (أي).*

Contoh: كَيْفَ ditulis *kaifa*

b. *Fathah* + wāwu mati ditulis au *(او).*

Contoh: هَوْلَ ditulis *haula*

**3. *Maddah***

*Maddah* atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) diatasnya.

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|---|---|---|
| ا...َ | *Fathah* dan *alif* | Ā |
| ي...ِ | Atau *fathah* dan ya | |
| ي...ِ | *Kasrah* dan ya | Ī |
| و...ُ | *Dammah* dan wau | Ū |

Contoh : قَالَ ditulis *qāla*

قِيْلَ ditulis *qīla*

يَقُوْلُ ditulis *yaqūlu*

**4. *Ta marbutah***

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah,* dan *dammah,* transliterasinya adalah (t), sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h). Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh : رَوْضَةُ ٱلاَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-aṭfāl*

رَوْضَةُ ٱلاَطْفَالِ ditulis *rauḍatul aṭfā*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang yang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M, Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut bukan bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh Tasauf, bukan tasawuf

# ABSTRAK


| | |
|---|---|
| Nama | : Muhammad Amir Rais |
| Nim | : 140102067 |
| Fakultas/Prodi | : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah |
| Judul Skripsi | : Analisis Mekanisme Penetapan Harga pada Pembuatan Emas dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Toko Mas Keuchik Leumiek) |
| Tebal Skripsi | : 60 Halaman |
| Pembimbing I | : Dr. H. Nasaiy Aziz, MA |
| Pembimbing II | : Mumtazinur, S.IP,. MA |
| Kata Kunci | : *Harga, pembuatan, emas, hukum Islam* |

Perhiasan emas dengan kualitas dan nilai estetika yang tinggi menjadi keunggulan dan ciri khas Toko Mas Keuchik Leumiek. Kualitas perhiasan yang selalu terjaga menjadi andalan toko ini untuk mendapatkan loyalitas konsumennya, meskipun harga emas di toko tergolong mahal dan cenderung berbeda harganya dengan di toko lain. Penetapan harga yang berbeda dengan harga yang aktual di pasar ini menjadi masalah yang dapat menjadi tujuan penelitian, yaitu Bagaimana mekanisme penetapan harga dan faktor yang mempengaruhi nilainya pada pembuatan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek? Bagaimana perspektif hukum Islam terhadap mekanisme penetapan harga emas yang tinggi di Toko Mas Keuchik Leumiek? Metode pengumpulan data melalui *field research* dan *library research*. Teknik pengumpulan data melalui dokumentas dan wawancara dengan pemilik toko dan managernya, analisis data melalui metode deskriptif analisis yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian dikonklusikan bahwa: Mekanisme penetapan harga emas pada umumnya dilakukan dengan melihat keadaan harga pasar, melihat nilai tukar rupiah. Mekanisme penetapan harga emas khususnya dilakukan dengan melihat tingkat kemurnian emas dan melihat tingkat upah pekerja. Faktor yang mempengaruhi penetapan harga emas adalah dengan melihat tingkat kerumitan perhiasan emas, melihat tingkat orisinalitas disain emas, melihat tingkat upah pengrajin emas (*utoh*) sesuai dengan hasil karya pembuatannya. Setelah itu penetapan harga perhiasan emas hasil buatan utoh (*handmade*) sesuai dengan nilai karat perhiasan emas, tingkat kemurnian perhiasan emas dan tingkat kerumitan bentuk perhiasan emas. Harga penjualan sudah dipotong beban dan biaya-biaya lainnya. Nilai-nilai yang mempengaruhi harga perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek adalah nilai kemurnian dan nilai estetika atau tingkat kerumitan emas. Mekanisme penetapan harga ini dibolehkan dalam hukum Islam dan wajar dilakukan karena tidak ada unsur *ihtikarar* di dalamnya.

# DAFTAR ISI

**LEMBARAN JUDUL**

**PENGESAHAN PEMBIMBING…….. ...i**

**KATA PENGANTAR …….....……..ii**

**PEDOMAN TRANSLITERASI…….. ..iii**

**ABSTRAK ..... …..…..viii**

**DAFTAR ISI..... …...…x**

**BAB SATU : PENDAHULUAN……..…….....1**

1.1 Latar Belakang Masalah…….……..…..……1
1.2 Rumusan Masalah…….……..…….....5
1.3 Tujuan Peneliatian…….…….……5
1.4 Penjelasan Istilah…….…….……...……..6
1.5 Kajian Pustaka…….…….……....8
1.6 Metode Penelitian……...…….…….....11
1.7 Sistematika Pembahasan…….……..……14

**BAB DUA : TINJAUAN UMUM TENTANG MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM TEORI EKONOMI……..……...16**

1.8 Harga dalam Teori Ekonomi…….…….……...16
1.9 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga…….....27
1.10 Mekanisme Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam……..…….…....37
1.11 Pentingnya Kebijakan dalam Mengelola Pasar Menurut Islam……....39

BAB TIGA : ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA
` PEMBUATAN EMAS DI TOKO MAS KEUCHIK LEUMIEK…48

1.1 Masyarakat Terhadap Transaksi Jual Beli Emas…….……..48
1.2 Gambaran Umum Pembuatan Emas di Toko Mas Keuchik Leumiek...52
1.3 Proses Penetapan Harga di Toko Mas Keuchik Leumiek……..53
1.4 Ketentuan Hukum Islam terhadap Penetapan Harga pada Pembuatan Emas di Toko Mas Keuchik Leumiek…….....62

BAB EMPAT :PENUTUP……..……....68

1.1 Kesimpulan……..…….…..68
1.2 Saran…….…..69

DAFTAR PUSTAKA…..……...…70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP……...…72
LAMPIRAN……..….73

# BAB SATU

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Penetapan harga dilakukan berdasarkan pada permintaan, penawaran, biaya, laba, dan persaingan antara unit usaha. Penetapan harga dilakukan sesuai dengan sifat, pasar dan tujuan usaha. Sudah semestinya, segala jenis usaha pasti mengharapkan keuntungan yang maksimal dan tujuan yang memuaskan, kemampuan pengusaha dalam mengatur harga sangat menentukan keadaan usaha tersebut.

Dalam jual beli, harga (*tsaman)* adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah. Harga adalah spesifikasi tentang apa yang diminta oleh seorang penjual dalam pertukaran untuk memindahkan kepemilikan atau kegunaan barang maupun jasa. Hal ini sesuai dengan apa yang telah dikutip oleh Nasrun Haroen dalam Ad-Dardir, *ats-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat yang aktual.[1]

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

[1] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah,* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 118.

harga itu tidak boleh menimbulkan dampak negatif ataupun kerugian kepada para pelaku pasar.

Dalam hal ini, Islam mengatur bagaimana pelaku usaha dalam menentukan harga barang dagangannya. Penentuan harga barang ialah penetapan nilai atau harga tertentu untuk barang yang akan dijual dengan harga wajar. Penjual seharusnya tidak zalim dan tidak menipu pembeli. Namun melindungi kepentingan pembeli tidak lebih penting dari melindungi kepentingan penjual. Jika kepentingan kedua pihak sama besarnya, maka wajib hukumnya membiarkan kedua pihak bekerja keras menjembatani kepentingan mereka bersama.

Seiring terjadi perbedaan harga pasar dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bagaimana metode penentuan harga, sehingga kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu yang mempunyai kekuatan terhadap pasar, di mana para pengusaha menjual barangnya terlalu mahal dan tidak dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, tanpa melihat apakah keuntungan yang diambil dari barang tersebut sesuai atau tidak menurut Islam. Namun, jika penetuan harga ini menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang ataupun peraturan untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal itu diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Emas adalah logam mulia yang sangat digemari oleh masyarakat, dan keberadaan logam mulia ini sangat menentukan keadaan perekonomian masyarakat karena nilai harganya yang sangat tinggi, dan hal demikian karena masyarakat sering membeli emas ketika mereka mempunyai uang dan menjualnya ketika mereka memerlukan uang. Di Aceh, logam emas juga menjadi perhiasan

primadona masyarakat karena nilai harganya yang tinggi. Emas juga pernah digunakan sebagai alat tukar transaksi pada masa kerajan Islam dan kerajaan Aceh dahulu. Pada hakikatnya, logam emas mempunyai nilai harga yang stabil, namun fenomena yang terjadi pada penjualan emas saat ini adalah penetapan harga emas yang berbeda antara pelaku bisnis di toko-toko emas. Hal ini sangat disayangkan karena dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu daerah.

Salah seorang pengusaha emas yang menggeluti bisnis menjual emas dan sekaligus sebagai kolektor emas di Aceh, Harun Keuchik Leumik yang memiliki toko emas di Pasar Aceh dan terkenal sebagai penjual emas yang memiiliki motif dan desain, yang menarik dan bagus. Walaupun dengan harga mahal sekalipun, tidak menghilangkan tekat konsumen untuk membeli emas miliknya. Pemiliknya adalah Harun Keuchik Leumiek.[2] Pria kelahiran Banda Aceh pada tanggal 19 September 1942.[3] Ia telah menggeluti bidang emas sejak muda dan telah merintis usahanya hingga saat ini. Penetapan harga emas dilakukan dengan cara menaksir perhiasan tersebut. Dengan kemampuan dan pengalamannya sebagai penjual emas, ia mampu mengukur kadar-kadar yang terkandung dalam perhiasan yang menentukan harga pada perhiasan tersebut. Harga perhiasan emas di setiap toko terbilang sama rata, yaitu mengikuti indeks harga emas dunia. Walaupun harga

[2] Biografi Harun Keuchik Leumiek secara singkat sebagai berikut, dilahirkan pada tahun …..Pendidikan formal beliau adalah Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala sampai Semester I. Selanjutnya, ilmu bisnis beliau pelajari melalui terjun langsung dalam bisnis keluarga yang sejak tahun 1950 an telah memiliki usaha kerajinan emas dan toko emas. Dunia tulis menulis beliau tekuni sejak tahun 1970 an dengan menjadi wartawan Mimbar Swadaya Banda Aceh, Wartawan Harian Mimbar Umum Medan, dan Wartawan Harian Analisa Medan yang masih beliau tekuni sampai sekarang. Sementara minat beliau pada barang-barang kuno mulai belaiu wujudkan dengan mengumpulkan benda-benda antik dan bersejarah terutama benda-benda peninggalan Aceh sejak tahun 1980

[3] Adi W, "*Kolektor Pusaka Aceh*" dalam https://www.bandaacehtourism.com, diakses tanggal 8 Juni 2018.

asal perhiasan emas itu sama, perhiasan emas yang dijual di setiap toko mempunyai tipe, seni, dan nilai yang berbeda-beda. Seperti emas 24 karat buatan tangan Toko Mas Keuchik Leumiek berbeda nilai harga dan estetika dengan emas 24 karat dari toko lainnya meskipun sama-sama hasil buatan tangan (*handmade*), begitu pula emas buatan pabrik yang yang berkisar antara 18 sampai 20 karat mempunyai harga yang berbeda-beda antara Toko Mas Keuchik Leumiek dengan toko lainnya.

Dari gambaran singkat di atas dapat diberikan narasi bahwa perbedaan harga antara emas di toko Keuchik Leumiek dengan harga emas di toko kawasan Pasar Aceh sangat berbeda namun masyarakat tetap memiliki preferensi untuk membeli produk dari toko Keuchik Leumiek tersebut. signifikansi perbedaan harga tidak membuat toko Keuchik Leumiek ini kehilangan peminatnya.

Hal ini sangat penting untuk diteliti, agar transaksi yang dilakukan antara masyarakat sebagai pembeli dan pelaku usaha dilakukan dengan benar, tidak ada unsur merugikan ataupun menguntungkan sebelah pihak. Maka oleh karena itu, tema yang akan dikaji oleh penulis yaitu **"ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA PEMBUATAN EMAS MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus pada Toko Mas Keuchik Leumiek)"**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah diuraikan dan agar penelitian ini mengarah pada persoalan yang dituju, maka penulis membuat rumusan masalah, diantaranya adalah :

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga pada produk emas perhiasan di Toko Mas Keuchik Leumiek ?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi penetapan harga emas yang tinggi di Toko Mas Keuchik Leumiek ?
3. Bagaimana perspektif hukum Islam terhadap mekanisme penetapan harga emas yang tinggi di Toko Mas Keuchik Leumiek?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang harus diarahkan agar lebih mudah dalam melakukan penelitian, tujuan tersebut yaitu :

1. Untuk mengetahui mekanisme penetapan harga emas perhiasan di Toko Mas Keuchik Leumiek.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penetapan harga emas yang tinggi di Toko Mas Keuchik Leumiek.
3. Untuk mengetahui perspektif hukum Islam terhadap mekanisme penetapan harga emas yang tinggi di Toko Mas Keuchik Leumiek

## 1.4 Penjelasan Istilah

Untuk lebih mudah dalam memahami pembahasan ini, penulis terlebih dahulu menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, sehingga pembaca terhindar dari kesalahpahaman dalam memahaminya. Berikut istilah-istilah yang perlu dijelaskan :

1. Analisis

Analisis adalah suatu pemeriksaan dan penafsiran mengenai hakikat dan makna sesuatu, misalnya riset.[4] Sedangkan yang terdapat dalam *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* atau yang disingkat KBBI menjelaskan bahwa: "analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.[5]"

Maksud analisis di sini, penulis akan menguraikan mekanisme penetapan harga yang sesuai dengan hukum Islam.

2. Penetapan harga

Dalam istilah penetapan harga terdapat dua kata yaitu penetapan dan harga. Penetapan berarti penentuan atau yang berkaitan dengan keputusan akhir/final, dan harga secara umum merupakan suatu kompensasi hak yang telah diberikan penjual kepada konsumen atas barang yang diperjualbelikan.[6] Harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, dan biaya iuran. Dalam hali ini penulis menjelaskan maksud penetapan harga adalah keputusan akhir atau penetapan harga yang akan ditawarkan pelaku bisnis (Toko Mas Keuchik Leumiek) ke pasar dengan tingkatan tertentu.

---

[4] Komaruddiin, Yooke Tjuparmah S. Komaruddin *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006) hlm 15.

[5] Tri Kurnia Nurhayati, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Eska Meddia, 2003), hlm 55.

[6] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 697 dan 712

3. Pembuatan Emas

Arti kata emas dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia atau yang disingkat KBBI menjelaskan bahwa: " emas amerupakan logam mulia berwarna kuning yang dapat ditempa dan dibentuk, biasa dibuat perhiasan seperti cincin, kalung."[7]

Proses pembuatan emas adalah suatu tahap dasar dalam pengelolaan bahan baku menjadi suatu perhiasan emas yang siap dijual. Pada tahap dimulai dengan peleburan bahan emas, kemudian dibentuk sesuai dengan bentuk yang diinginkan. Setelah proses pembentukan, perhiasan emas diukir sesuai dengan selera yang diinginkan oleh pembeli sebagai konsumen dan penjual sebagai produsen.

4. Hukum Islam

Hukum Secara bahasa berasal dari kata Arab, *hukm* yang berarti "mencegah" atau "memutuskan". Menurut istilah ushul fiqh, hukum berarti *khitab* (kalam) Allah yang mengatur amal perbuatan mukalaf, baik berupa *iqtidla* (perintah, larangan, anjuran untuk melakukan atau anjuran untuk meninggalkan), *takhyir* (kebolehan bagi orang mukallaf untuk memilih antara melakukan dan tidak melakukan), atau *wald* (ketentuan yang menetapkan sesuatu sebagai sebab, syarat, atau *mani*, (penghalang).[8]

## 1.5 Kajian Pustaka

[7] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, dalam https://kbbi.web.id, diakses tanggal 14 Agustus 2018.

[8] Satria Effendi, M. Zein, *Ushul Fiqh*, ( Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), hlm. 36.

Dari penelusuran beberapa referensi, tidak banyak dijumpai hasil-hasil penelitian dan karya ilmiah yang pernah dilakukan sebelumnya mengenai Analisis penetapan harga pada pembuatan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek, hanya saja penelitian-penelitian terdahulu secara tidak langsung pernah mengkajinya dalam konteks yang berbeda.

Dengan demikian, terdapat beberapa karya ilmiah yang serupa, di antaranya adalah: Skripsi dari Ziko Hamdi dari prodi Syariah Muamalah wal Iqtishad yang diselesaikan pada tahun ajaran 2012 yang berjudul "*Analisis penetapan harga produk murabahah pada Bank Aceh* [9]" yang membahas tentang teori dan konsep penetapan harga produk *murabahah* pada perbankan. Dalam *ba'i al-murabahah,* penjual (dalam hal ini adalah Bank) harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan yang sewajarnya dalam Islam sebagai tambahannya. *Ba'i al-murabahah* memberikan banyak manfaat pada bank syariah. Salah satunya keuntungan yang mucul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah.

Selanjutnya pada skripsi dari Aida Fitra dari prodi Syariah Muamalah wal Iqtishad yang diselesaikan pada tahun 2013 yang berjudul "*Sistem Penetapan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam*"[10] yang membahas tentang sistem penetapan harga serta campur tangan pemerintah yang ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam. Pemerintah telah membuat standar penetapan harga Indonesia dalam Peraturan Pemerintah No.25 Tahun 1977 yang dapat menjadi rujukan

[9] Ziko Hamdi ,"*Analisis penetapan harga produk murabahah pada Bank Aceh"* (Banda Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum, 2012)

[10] Aida Fitra "*Sistem Penetapan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam"Skripsi* (Banda Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum, 2013)

dalam menetapkan harga. Dalam konsepsi Islam, konteks keadilan dalam melakukan transaksi khususnya dalam menentukan harga harus dilakukan berdasarkan prinsip mutualise profit (memberikan keuntungan timbal balik). Dalam konsep ekonomi Islam yang paling diutamakan adalah harga yang ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran . keseimbangan ini terjadi apabila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan (*baina antaradim minkum*). Kerelaaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingan atas barang tersebut.[11] Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa harga atas suatu komoditas ditentukan oleh kemampuan seorang penjual untuk menyediakan barang yang akan dibeli oleh konsumen serta kemampuan seorang pembeli untuk memperoleh barang tersebut.

Skripsi dari Emmi dari prodi Syariah Muamalah wal Iqtishad yang diselesaikan pada tahun 2013 yang berjudul *"Penetapan Harga Jual Beli Emas Ditinjau Menurut Hukum Islam"*[12] yang membahas tentang penetapan harga jual beli emas. Hasil penelitian ini sangat berhubungan dengan judul penulis karena mempunyai objek kajian yang sama, yaitu tentang tata cara menetapkan harga pada transkasi jual beli emas. Harga emas ditetapkan dengan memperhitungkan biaya, permintaan pembeli, dan persaingan harga. Dalam Islam penetapan harga emas tergantung mekanisme pasar yang terjadi antara kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran, namun harus adanya keridhaan antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Keridhaan ini menjadi salah satu faktor pembeda dalam

[11] Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm.169-170.

[12] Emmi, *"Penetapan Harga Jual Beli Emas Ditinjau Menurut Hukum Islam" Skripsi*, (Banda Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum, 2013).

mekasisme pasar yang berlaku antara penetapan harga secara umum dengan penetapan harga dalam Islam.

Dari beberapa tulisan skripsi yang disebutkan di atas, dapat penulis jelaskan bahwa belum ada yang membahas secara khusus dalam bentuk skripsi maupun hasil riset lainnya tentang "Analisis Penetapan Harga Pada Pembuatan Emas Menurut perspektif hukum Islam". Beberapa hasil riset lainnya yang telah ada hanya penulis jadikan sebagai data sekunder, karena referensi tersebut dapat menjadi alternatif literatur dalam membahas fokus penelitian dan pembahasan ini tentang penetapan harga pada pembuatan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek. Dengan demikian, skripsi yang berkaitan tersebut digunakan sebagai pedoman dan tambahan referensi untuk kelengkapan pembahasan skripsi penulis.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam pembahasan skripsi ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yang mana peneliti akan menjelaskan secara sistematis tentang mekanisme penetapan harga emas di Toko Mas Keuchik Leumiek menurut perspektif hukum Islam.

Dalam setiap penulisan karya ilmiah ini memerlukan cara-cara yang dilewati untuk mencapai pemahamannya.[13] Cara-cara tersebut ditempuh dengan menggunakan langkah-langkah yang ada dalam metode penelitian.

[13] Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitiian,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 3.

Karya ilmiah selalu memerlukan data-data yang lengkap dan objektif serta mempunyai metode dan cara-cara tertentu sesuai dengan permasalahan yang hendak dibahas.[14] Dalam penelitian mengenai mekanisme penetapan harga pada pembuatan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek ini, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang bertujuan memusatkan pada pembahasan masalah dan membuat gambaran secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta, sifat dan hubungan antara fenomena yang diselidiki secara objektif,[15] sehingga hasil dari penelitian dapat menggambarkan isi dari pembahasan skripsi ini.

**2. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis ada 2 macam:

a. Penelitian lapangan (*field research*),

Penelitian lapangan merupakan data yang berdasarkan pada keterangan di lokasi penelitian/lapangan, data-data yang diperoleh secara langsung atau tidak dari Toko Mas Keuchik Leumiek.

b. Penelitian kepustakaan (*library research*),

Penelitian kepustakaan merupakan perolehan data yang dikumpulkan dengan cara membaca dan mengkaji lebih dalam pada buku-buku bacaan, jurnal, artikel, dan sumber lainnya yang berkaitan

[14] Supranto, *Metodologi Penelitian Hukum,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 203.
[15] Muhammad Nazar, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63.

dengan permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi perhitungan keuntungan penjualan emas.[16]

**3. Instrumen Pengumpulan Data**

Adapun yang menjadi instrumen datanya adalah panduan wawancara yang berkaitan dengan daftar pertanyaan yang akan diajukan terhadap objek penelitian., yaitu pihak Toko Mas Keuchik Leumiek. Instrumen yang digunakan adalah buku tulis, pulpen, rekorder (alat perekam) untuk mencatat serta merekam keterangan-keterangan yang disampaikan oleh pihak informan serta data/keterangan yang berkaitan dengan topik pembahasan.

**4. Langkah-Langkah Analisis Data**

Setelah mengumpulkan data selanjutnya penulis akan mengadakan pengolahan data. Semua data yang diperoleh dari lapangan (hasil wawancara dan hasil studi dokumentasi), maupun data yang diperoleh dari studi kepustakaan akan penulis klasifikasikan dengan mengelompokkan dan memilihnya berdasarkan klarifikasi tertentu yang telah dibuat dan ditentukan oleh peneliti. Data ini kemudian akan dikelompokkan pada masing-masing pertanyaan penelitian dan berdasarkan tujuan dari masing-masing pertanyaan yang dilakukan untuk memfokuskan pada masalah di atas, karena sangat memungkinkan banyaknya data yang tidak diperlukan untuk mengkaji penelitian.

[16] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.17.

Hal ini akan memberikan uraian terperinci yang akan memperlihatkan berbagai hasil temuan. Kemudian data yang telah diklasifikasikan tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang menyajikan suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual, dengan penyusunan akurat,[17] sehingga mudah dipahami serta memperoleh validitas dan objektifitas hasil penelitian.

Selanjutnya data yang telah terkumpul di lapangan, seperti studi dokumentasi, hasil wawancara kemudian akan dibandingkan dengan teori yang relevan dengan permasalahan yang didapatkan dari studi kepustakaan. Hal ini dilakukan agar akurasi data diperiksa dan kesalahan dapat diperbaiki dengan cara menjajaki kembali pada sumber datanya sehingga untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Dalam kesimpulan skripsi ini, penulis berpedoman pada buku *Panduan Penulisan Skirpsi dan Laporan Akhir Studi Mahasiswa* yang diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh tahun 2014 dan *Panduan Penulisan Skirpsi dan Laporan Akhir Studi Mahasiswa* yang diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh tahun 2018. Pada buku pedoman tahun 2014 penulis merujuk tentang penulisan skripsi, sedangkan pada buku panduan 2018 penulis merujuk tentang syarat dan prosedur penulisan skripsi.

## 1.7 Sistematika Pembahasan

[17] Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis,* (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 28

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi empat bab, yaitu: Bab Satu, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab Dua, membahas tentang konsep penetapan harga pada pembuatan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek terdiri dari beberapa sub judul diantaranya Harga dalam Teori Ekonomi, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Mekanisme, Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam, Pentingnya Kebijakan dalam Mengelola Pasar Menurut Islam.

Bab Tiga, penulis akan membahas tentang mekanisme penetapan harga pada pembuatan emas yang dilakukan oleh Toko Mas Keuchik Leumiek menurut perspektif hukum Islam.

Bab Empat yang merupakan Bab penutup. Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari seluruh pembahasan skripsi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas nanti.

# BAB DUA

# KONSEP PENETAPAN HARGA

## 2.1 Harga dan Mekanisme Penetapannya dalam Teori Ekonomi Islam

### 2.1.1 Teori Harga dalam Ekonomi

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi pelaku usaha, sedangkan ketiga unsur lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.[1]

Sebagaimana yang telah disebut sebelumnya, harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorium, SPP dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.[2] Sementara dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagian indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Hal di atas juga didukung dengan pernyataan Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani dalam bukunya

---

[1] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), hlm. 151.
[2] *Ibid,* hlm. 151.

*Manajemen Pemasaran Jasa,* bahwa istilah harga dalam bisnis jasa bisa ditemui dengan berbagai sebutan. Universitas atau perguruan tinggi menggunakan SPP (*tution*), konsultan professional menggunakan istilah *fee*, bank menggunakan istilah s*ervice charge,* jasa jalan tol atau jasa angkotan menggunakan istilah tarif, pialang menggunakan istilah komisi, apartemen menggunakan istilah sewa, asuransi menggunakan istilah premi, dan sebagainya.[3]

Dasar dari pengembangan-pengembangan ilmu mikro ekonomi tidak terlepas pada permasalahan penentuan tingkat harga yang disandarkan dari proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara permintaan dan penawaran yang berjalan dengan baik, dengan terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran maka akan menentukan tingkat harga tertentu di pasar.

Teori harga merupakan teori ekonomi yang menerangkan perilaku harga barang-barang atau jasa-jasa individual. Isi teori harga intinya adalah harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar.

Seorang penjual akan meminta kompensasi dari pembeli yang menginginkan suatu barang, kompensasi inilah yang disebut harga. Harga adalah spesifikasi tentang apa yang diminta oleh seorang penjual dalam pertukaran untuk memindahkan kepemilikan atau kegunaan barang/jasa.[4]

---

[3] Rambat Lupido dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hlm. 98.

[4] Ziko Hamdi, "*Analisis Penetapan Tingkat Harga Pokok Murabahah pada Bank Aceh Syariah Banda Aceh Banda Aceh*," *Skripsi*, (Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2012), hlm.15.

Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Penjual akan meminta harga yang lebih tinggi dari pada yang mereka harapkan akan mereka terima, dan pembeli akan menawarkan kurang dari pada yang mereka harapkan akan mereka bayar. Melalui tawar-menawar, mereka akhirnya akan sampai pada harga yang dapat diterima. Harga memiliki peranan penentu dalam pilihan pembeli untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang/produk. Hal ini berlaku di mana saja dan untuk produk jenis komoditi apapun. Selain itu, harga masih tetap merupakan unsur paling penting yang menentukan pangsa pasar dan probabilitas perusahaan.[5]

Harga juga merupakan indikator kelangkaan.[6] Barang dan jasa yang semakin mahal, berarti semakin langka. Bagi produsen, gejala naiknya harga merupakan sinyal untuk menambah produksi agar keuntungan meningkat. Bagi konsumen, gejala naiknya harga merupakan sinyal untuk menahan diri, menyusun ulang rencana pengeluarannya agar kehidupannya dapat berlanjut.

Mekanisme pasar atau harga adalah salah satu ciri penting dalam sistem ekonomi kapitalis, karena dalam system ini tukar menukar terjadi dalam lingkungan pasar atas dasar nilai alat pengganti yaitu harga barang. Harga barang ditentukan titik kulminasi antara penawaran dan permintaan barang di pasar.[7]

Demikian juga mekanisme pasar atau harga dalam menciptakan keseimbangan antara permintaan dan penawaran barang-barang konsumtif,

---

[5] Philip Kotler, Susanto, A. B., *Manajemen Pemasaran di Indonesia,* (Buku 2, Ed. Bahasa Indonesia,), (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 634.

[6] Pratama Rahardja, Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi dan makroekonomi),* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004), hlm. 421.

[7] Abdul Hadi Ali An-Najjar, *Islam dan Ekonomi,* (Terj. Muslim Ibrahim), (Aceh: Majelis Ulama Daeraah Istimewa Aceh, 2000), hlm. 109.

termasuk pada unsur-unsur produksi alam seperti tanah, usaha dan modal. Dalam sistem ekonomi kapitalis modern, terdapat ciri khas yang lain lagi, yaitu pengurangan fungsi mekanisme pasar atau harga, karena perusahaan-perusahaan yang bermodal raksasa tumbuh dengan pesat, sehingga perusahaan-perusahaan yang serba lengkap administrasi dan popularitas yang berperan dalam sirkulasi ekonomi dengan cara monopoli. Artinya, hanya pihak-pihak yang kuat dari segi ekonomi atau mempunyai kekayaan dan modal besar yang menentukan harga di pasaran. Dari itulah timbul persaingan tajam antara perusahaan dengan pasar yang pada gilirannya pasar pun telah melakukan tindakan monopoli. Akibatnya harga barang membumbung naik, sehingga sudah berada di luar jangkauan daya beli masyarakat. Sementara itu terjadi pula persaingan promosi, yang menyebabkan "pembeli adalah raja" hanya tinggal di dalam buku-buku teori ekonomi saja.

2.1.2 Mekanisme Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Penetapan harga dalam konsep Islam dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.[8] Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi rela sama rela/ridha, tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan merasa keterpaksaan dalam pelaksanaan transaksi pada tingkat harga tertentu. Dengan adanya keridhaan/rela antara penjual dan pembeli dalam hal harga barang, maka di situlah terletak keadilan karena kedua pihak telah ridha dan tidak ada yang terdzalimi. Penjelasan tersebut sebagaimana tersirat dalam Al-Quran surat An-Nisa' ayat 29:

[8] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), Ed, ke 3, hlm. 152.

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*."
> (QS. An-Nisa' ayat 29)

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua belah pihak yang berakad.[9] Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut haruslah diridhai kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.[10]

[9] Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 87.

[10] Ziko Hamdi, *Analisis Penetapan Tingkat Harga Produk Murabahah pada Bank Aceh Syariah Banda Aceh, hlm. 19.*

Permintaan dan penawaran dalam pasar merupakan perangkat dasar dalam sejarah ekonom Barat, di antaranya yaitu Ibnu Khaldun dan Ibnu Taymiyah. Ibnu Taymiyah melakukan kajian menyeluruh tentang kekuatan permintaan dan penawaran mengenai kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi tingkat harga. Jadi, sekitar lima abad sebelum kelahiran Adam Smith, [11] telah dibahas mengenai mekanisme pasar menurut Islam, melalui konsep teori harga dan kekuatan *supply and demand* dalam karya-karyanya, seperti yang termuat dalam kitab *al-Hisbah.* Dalam pandangannya, suatu barang akan turun harganya bila terjadi keterlimpahan dalam produksi atau adanya penurunan impor atas barang-barang yang dibutuhkan dan sebaliknya, Smith menyebutnya dengan istilah *invisible hands.* [12]

Permintaan akan barang sering beubah-ubah. Perubahan itu disebabkan oleh berberapa faktor, antara lain besar kecilnya jumlah penawaran, jumlah orang yang menginginkannya dan besar kecilnya kebutuhan terhadap barang tersebut, selera konsumen, harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan per kapita dan lain sebagainya.[13]

Harga barang yang ideal sesungguhnya adalah harga yang bertolak dari jumlah biaya produksi (modal tambah biaya produk) ditambah dengan laba yang besarnya tidak mencolok sesuai dengan keadaan masyarakat Islam. Oleh karena itu, penetapan harga merupakan masalah yang baru dapat dipecahkan hanya atas

[11] Adam Smith lahir pada tahun 1776 M dan Ibnu Taimiyah lahir pada tahun 1283 M dan tutup usia pada tahun 1328 M, lihat Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam,* hlm. 12.

[12] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami, hlm. 151*.

[13] *Ibid.,* hlm. 152.

dasar persaingan yang wajar/sehat, bukan persaingan monopoli seperti yang terjadi dalam dunia ekonomi kapitalis.[14]

Maksud dari persaingan wajar/sehat di sini bukan persaingan total dalam kamus kapitalis, tetapi pesaingan yang tidak mengeksploitir perbedaan harga, sabotase, penggelapan barang ataupun penyimpanan untuk mendapatkan keuntungan yang berlipat. Ini perlu diperhatikan umat Islam, dalam rangka menciptakan kesempatan kerjasama (kooperatisasi) antara produsen dengan konsumen. Jiwa kooperatisasi perlu segera ditanam dalam jiwa umat, agar perdagangan, industri ataupun pelayanan-pelayanan dapat dijiwai walau dalam jangka waktu yang lama, namun untuk jangka waktu yang pendek negara perlu membentuk kelompok-kelompok-kelompok konsumen yang dapat membantu negara dalam menyingkap tabir penghancur ekonomi nasional. Kalau perlu negara harus segera mencabut izin operasi bagi perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan kesempatan dan kesempitan.

Menurut Yahya bin Umar[15] yang dikutip oleh Adiwarman A. Karim dalam buku *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam,* penetapan harga (*al-tas'ir*) merupakan tema sentral dalam kitab *al-Ahkam al-Suq.* Imam Yahya bin Umar, berulang kali membahasnya di berbagai tempat yang berbeda. Tampaknya, ia ingin menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian terhadapnya akan dapat menimbulkan kerusakan dalam kehidupan masyarakat. Berkaitan dengan hl ini, Yahya bin Umar berpendapat

[14] Abdul Hadi Ali An-Najjar, *Islam dan Ekonomi,* (Terj. Muslim Ibrahim), hlm. 111.

[15] Yahya bin Umar adalah salah seorang fukaha mazhab Maliki, wafat pada tahun 289 H (901 M).

bahwa *tas'ir* (penetapan harga) tidak boleh dilakukan. Ia ber*hujjah* dengan berbagai hadits Nabi Muhammad SAW antara lain :

حدثنا عثمان بن ابي شيبة أخبرنا عفان أخبرنا حماد بن سلمة أخبرنا [أنبأنا] ثابت عن أنس بن مالك وقتادة و حميد عن أنس بن مالك قالل:(قال الناس:يا رسول الله غلا السعر فسعرلنا. قال [فقال] رسول الله ص.م : إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق [الرزاق] وإني أرجوان ألقى الله و ليس أحد منكم يطلبنى بمظلمة فى دم و لا مال(رواه ابو داوود)[16]

Artinya: *diceritakan Umar ibn Abi Syaibah, dikabarkan dari Affan, dikabarkan dari Hammad ibn Salamah, dikabarkan dari Tsabit, dari Anas ibn Malik, dan Qatadah dan Humaid, dari Anas Bin Malik berkata, orang-orang berkata: "Wahai Rasulullah, harga mulai mahal. patoklah harga untuk kami!" Rasulullah Saw bersabda, "Sesungguhnya Allah-lah yang mematok harga, yang menyempitkan dan yang melapangkan rezeki, dan aku sungguh berharap untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak seorangpun dari kalian yang menuntut kepadaku dengan suatu kedzaliman-pun dalam darah dan harta"* (Sahih, Riwayat Abu Dawud).[17]

Menurut konteks hadits tersebut, tampak jelas bahwa Rasulullah SAW melarang kebijakan penetapan harga (*tas'ir*) jika kenaikan harga terjadi adalah semata-mata hasil interaksi penawaran dan permintaan yang alami. Dengan kata lain, dalam hal yang demikian, pemerintah tidak mempunyai hak untuk melakukan intervensi harga. Hal ini akan berbeda jika kenaikan harga diakibatkan oleh ulah manusia (*human error*). Pemerintah sebagai institusi formal yang memikul tanggung jawab mencciptakan kesejahteraan umum, berhak melakukan

[16] Imam Abu Daud, *Sunan Abu Daud,* Buku 3, (Beirut-Lebanon: Dar El-Fikr S.A.L, 2003), hlm. 250.

intervensi harga ketika terjadi suatu aktivitas yang dapat membahayakan kehidupan masyarakat luas. Lebih lanjut, Yahya bin Umar menyatakan bahwa pemerintah tidak boleh melakukan intervensi kecuali dalam dua hal, yaitu:

1. Para pedagang tidak memperdagangkan barang dagangan tertentu yang sangat dibutuhkan masyarakat, sehingga dapat menimbulkan kemudharatan serta merusak pasar. Dalam hal ini, pemerintah dapat mengeluarkan para pedagang tersebut dari pasar serta menggantikannya dengan para pedagang yang lain berdasarkan kemaslahatan dan kemanfaatan umum.
2. Para pedagang melakukan praktik *siyasah al-ighraq* atau banting harga (*dumping*) yang dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga pasar. Dalam hal ini, pemerintah berhak memerintahkan para pedagang tersebut untuk menaikkan kembali harganya sesuai dengan harga yang berlaku di pasar. Apabila mereka menolaknya, pemerintah berhak mengusir para pedagang tersebut dari pasar. Hal ini pernah dipraktikkan Umar bin Khattab ketika mendapati seorang pedagang kismis menjual barang dagangannya di bawah harga pasar. Ia memberikan pilihan kepada pedagang tersebut, apakah menaikkan harga sesuai dengan harga standar yang berlaku atau berbeda dari pasar.

Pernyataan Yahya bin Umar tersebut jelas mengindikasikan bahwa hukum asal intervensi pemerintah adalah haram. Intervensi baru dapat dilakukan jika kesejahteraan masyarakat umum terancam. Hal ini sesuai dengan tugas yang dibebankan kepada pemerintah dalam mewujudkan keadilan sosial di setiap aspek kehidupan masyarakat.

Pendapatnya yang melarang praktik penetapan harga tersebut sekaligus menunjukkan bahwa Yahya bin Umar mendukung kebebasan ekonomi, termasuk kebebasan kepemilikan. Tentunya, kebebasan ekonomi yang dimaksud bukan kebebasan mutlak seperti yang dikenal dalam konvensional, tetapi kebebasan yang terikat oleh syariat Islam.[18]

Kebebasan ekonomi tersebut juga berarti bahwa harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Namun, Yahya bin Umar menambahkan bahwa mekanisme harga itu harus tunduk kepada kaidah-kaidah. Di antara kaidah-kaidah tersebut adalah pemerintah berhak untuk melakukan intervensi ketika terjadi tindakan sewenang-wenang dalam pasar yang dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat, termasuk *ihtikar* (penimbunan) dan *dumping* yang bertujuan untuk memainkan harga barang. Dalam hal ini pemerintah berhak mengeluarkan pelaku tindakan itu dari pasar. Dengan demikian, hukuman yang diberikan terhadap pelaku tindakan tersebut adalah berupa larangan melakukan aktivitas ekonominya di pasar, bukan hukuman *maliyah.*

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *subordinat,* sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Islam menjamin pasar bebas di mana para pembeli dan para penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada (baik individu maupun kelompok, produsen maupun konsumen, apalagi pemerintah) yang zalim atau

[18] Adiwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Ed, ke 3, hlm. 288.

dizalimi. Hal ini tentunya merupakan situasi yang ideal, namun pada kenyataannya situasi ideal tersebut tidak selalu tercapai, karena sering kali distorsi pasar. Di saat terjadi distorsi pasar ini, peran negara adalah mengatur dan mengawasi ekonomi serta memastikan kompetisi di pasar berlangsung dengan sempurna, informasi yang merata dan keadilan ekonomi.

## 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yaitu faktor internal perusahan dan faktor lingkungan eksternal.[19]

1. Faktor Internal Perusahaan
    a. Tujuan pemasaran perusahaan

        Faktor yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimalisasi laba, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain-lain.

    b. Strategi bauran pemasaran

        Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

    c. Biaya

[19] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Penerbit Andi,1997) ,hlm. 154

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variable), serta jenis-jenis biaya lainnya. Seperti *out-of-pocket cost, opportunity cost, controllable cost,* dan *replacement cost.*

d. Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak. Pada perusahaan besar, sering kali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu lni produk. Dalam pasar industri, para wiraniaga diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang harga tertentu. Dalam industri di mana penetapan harga merupakan faktor kunci, biasanya setiap perusahaan memiliki departemen pemasaran atau manajemen puncak. Pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh terhadap penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat pasar dan permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan

oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk subsitusi, pemasok, pelanggan, dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain meliputi :

1) Jumlah perusahaan dalam industri

Bila hanya ada satu perusahaan dalam industri, maka secara teoritis perusahaan yang bersangkutan bebas menetapkan harganya seberapa pun. Akan tetapi sebaliknya, bila industri terdiri atas banyak perusahaan, maka persaingan harga terjadi. Bila produk yang dihasilkan tidak terdiferensiasi, maka hanya pemimpin industri yang leluasa menentukan perubahan harga.

2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri

Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka perusahaan yang bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga. Bila pangsa pasarnya kecil, maka hanya menjadi pengikut.

3) Diferensiasi produk

Bila perusahaan berpeluang melakukan diferensiasi dalam industrinya, maka perusahaan tersebut dapat mengendalikan aspek penetapan harga, bahkan sekalipun perusahaan itu kecil dan banyak pesaing dalam industri.

4) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan.

Bila suatu industri mudah untuk dimasuki, maka perusahaan yang ada sulit mempengaruhi atau mengedalikan harga. Sedangkan bila ada hambatan masuk ke pasar, maka perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri tersebut dapat mengendalikan harga. Hambatan yang masuk ke pasar berupa :

a) Persyaratan teknologi
b) Investasi modal yang besar
c) Ketidaktersediaan bahan baku pokok/utama
d) Skala ekonomis yang sudah dicapai perusahaan-perusahaan yang telah ada dan sulit diraih oleh para pendatang baru
e) Kendali atas sumber daya alam oleh perusahaan yang sudah ada
f) Keahlian dalam pemasaran

3. Unsur-unsur lingkungan lainnya.

Selain faktor di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, *boom* atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah, dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

Selanjutnya pendapat tentang faktor yang mempengaruhi harga ada 7 faktor, yaitu:[20]

1. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen. Hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas, manfaat, desain, ukuran (Dimensi), pelayanan, jaminan. Produk juga mempunyai atribut *brand* untuk membedakan antara produk satu dengan lainnya.

2. *Price* (Harga)

Setiap produk harus melakukan penentuan harga dan menyesuaikan dengan kebutuhan dari pasar yang ada dan telah ditentukan pada tingkat di mana perusahaan dapat memperoleh laba. Menurut ahli ekonomi, harga bersifat mencoba-coba ( *trial and error* ), sehingga dalam penentuannya diperlukan analisa pasar baik untuk masa sekarang dan masa yang akan dating. Harga dipengaruhi oleh kondisi pasar, oleh sebab itu harga bisa berubah-ubah di antaranya juga disebabkan oleh kondisi ekonomi yang tidak stabil.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu kegiatan dari organisasi yang memberikan informasi kepada pasar yang telah ditentukan dan bersifat meyakinkan calon konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi yang efektif sangat penting karena sangat jarang produk atau jasa secara terus

[20] Philip Korler, *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 Jilid 2),* (Jakarta Indeks, 2003), hlm. 10.

menerus diterima dan digunakan oleh konsumen tanpa adanya promosi berkala, karena konsumen memiliki kecenderungan mencoba produk baru, maka dari itu perlu dilakukan pembaruan produk maupun promosi secara rutin.

4. *Place* (Tempat)

   Pengertian tempat yaitu ketersediaan produk di mana konsumen dapat memperoleh produk tersebut di tempat dan waktu tertentu sesuai dengan keinginan konsumen. Hali ini berkaitan erat dengan sisi distribusi. Kelancaran distribusi sangat penting untuk mencaga agar produk selalu tersedia dalam jumlah yang cukup di pasar. Tetapi jika produk terlalu banyak beredar di pasar juga bisa menyebabkan biaya meningkat, penumpukan dan akhirnya dapat mempengaruhi harga.

5. *People* (Orang)

   *People* diinterpresentasikan sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) dari perusahaan itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan konsumen. SDM ini sendiri juga akan sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para konsumen/pembeli.

6. *Phisical Evidence* (Bukti Fisik)

   Bukti fisik produk berupa pelayanan jasa perusahaan merupakan sesuatu hal yang bersifat *in-tangible* atau tidak dapat diukur secara pasti seperti halnya pada sebuah produk yang berbentuk barang. Jasa perusahaan lebih mengarah kepada rasa atau semacam testimonial dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perusahaan.

7. *Process* (Proses)

Proses saat ini merupakan salah satu unsur tambahan *marketing mix* yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu *marketing.* Dalam bauran pemasaran, bagaimana proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan konsumen yang efektif dan efisien, perlu dikembangan dan ditingkatkan.

Dalam penetapan harga juga terdapat bentuk-bentuk pasar dan metode penetapan harga, bentuk-bentuk pasar terbagi menjadi 4 macam yaitu :

1. Pasar persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) adalah sebuah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk yang dijual bersifat homogen. Dalam Pasar Bersaingan Sempurna, secara teoritis penjual tidak dapat menentukan harga atau yang disebut *price taker*, [21] hal ini dikarenakan harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar ini tidak dapat mempengaruhi harga dan hanya berperan sebagai penerima harga (*price taker*).

Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar (*price taker*). Semakin homogen barang yang dijual berarti pembeli semakin tidak

[21] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, hlm. 169.

memiliki insentif mencari barangnya sama dengan harga yang berlaku di pasar. Tidak ada alasan pembeli untuk membayar lebih untuk barang yang sama.[22]

Semakin banyak kelebihan kapasitas produksi berarti setiap kenaikan permintaan dapat dipenuhi tanpa membuat harga-harga naik. Hal inilah yang menahan penjual untuk tidak menaikkan harganya, pembeli akan membelinya dari penjual lain yang juga memiliki kelebihan kapasitas.

2. Pasar Bersaing Monopolistik

Bila salah satu asumsi pasar yang bersaing sempurna kita lepaskan, dalam hal ini asumsi tentang barang yang homogen, maka kita akan mendapatkan jenis pasar lain yaitu Pasar Bersaing Monopolistik. Pasar Monopolistik adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Penjual pada passer monopolistik tidak terbatas, namun stiap produk yang dihasilkan pasti memiliki karakter tersendiri yang membedakannya dengan produk lain. Contohnya adalah: jam tangan, kemeja dan lain-lain. Meskipun fungsi semua jam tangan sama yakni untuk menunjukkan waktu, teteapi stiap produk yang dihasilkan produsen yang berbeda memiliki cirri khusus, misalnya perbedaan bentuk, warna, dan fungsi dan lain-lain.

Pada dasar monopolistik, produsen memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga walaupun pengaruhnya tidak sebesar produsen dari pasar monopoli atau oligopoli. Kemampuan ini berasala dari sifat barang yang dihasilkan, karena perbedaan dan ciri khas dari suatu barang, konsumen tidak

[22] *Ibid.*, hlm. 169.

akan mudah berpindah ke merek lain, dan tetap memilih merek tersebut walau produsen menaikkan harga.

Dalam pasar monopolistik pada dasarnya harga bukanlah faktor yang bisa mendongkrak penjualan. Bagaimana kemampuan perusahaan mencipatakan citra yang baik di dalam benak masyarakat, sehingga membuat mereka mau membeli produk tersebut meskipun dengan harga mahal akan sangat berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan yang berada dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk sekaligus menjaga citra perusahaannya.

3. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran yang ditandai oleh adanya satu penjual/produsen di pasar berhadapan dengan permintaan seluruh pembeli atau konsumen, sehingga produsen memiliki kekuatan dalam menentukan harga tanpa harus khawatir reaksi penjual lain. Daam Islam keberadaan satu penjual di pasar, atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang. Siapapun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Jadi, monopoli dalam artian harfiyah, boleh-boleh saja. Akan tetapi, siapapun dia tidak boleh melakukan *ikhtikar*. Di zaman Rasulullah SAW, salah satu cara melakukan *ikhtikar* adalah dengan cara menimbun agar harga naik akibat kelangkaan tersebut.

Secara aksiomis dapat dikatakan bahwa harga di pasar monopoli pasti lebih tinggi dari harga di pasar biasa. Karena hasil produk monopoli pasti lebih

sedikit dari produk pasar biasa.[23] Akibatnya terjadilah penyian-nyiaan sumber untuk keuntungan para monopolator dengan merugikan masyarakat. Tenaga kerja perlu di PHK-kan dan pengangguran akan bertambah banyak. Harga barang luar biasa tingginya itu akan masuk ke kantor monopolator, sedangkan pekerja hanya akan mendapat upah biasa saja, yang sangat menderita adalah masyarakat miskin. Oleh karena itu, negar Islam berhak mengatur dan mengontrol harga dan keuntungan yang diperoleh melalui system monopli, terutama apabila penjual dan pembeli melangsungkan transaksi dagang secara sembunyi-sembunyi, khususnya bila barang-barang itu jarang diperjualbelikan di pasar.

Pengertian monopoli dalam Islam lebih luas dari yang biasa ditemukan dalam kamus-kamus, monopoli dalam Islam mencakup aktivitas yang mengganggu masyarakat, menggelapkan barang dan menaikkan harga tanpa ada alasan yang diterima dalam transaksi dagang.[24]

Ada beberapa ciri-ciri dan sifat dasar pada monopoli. Ciri utama pasar ini adalah adanya seorang penjual yang menguasai pasar dengan jumlah pembeli yang sangat banyak. Ciri lainnya adalah tidak terdapatnya barang pengganti yang memiliki pengan produk monopolis dan adanya hambatan yang besar untuk dapat masuk ke dalam pasar.

4. Pasar Oligopoli

Pasar oligoli adalah pasar di mana penawaran barang dikuasai oleh beberapa perusahaan dan umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua atau

[23] Abdul Hadi Ali An-Najjar, *Islam dan Ekonomi*, hlm. 115-117.
[24] *Ibid*, hlm. 116.

kurang dari sepuluh, sehingga pihak lain tidak bisa melakukan penawaran barang secara bebas. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar, di mana keuntungan yang mereka dapatkan dari tindak-tadduk persaingan mereka. Sehingga semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, perubahan harga dan sebagainya dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaingan mereka.

## 2.3 Mekanisme Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Dalam istilah penetapan harga terdapat dua kata yaitu penetapan dan harga. Penetapan berarti penentuan atau yang berkaitan dengan keputusan akhir/final, dan harga secara umum merupakan suatu kompensasi hak yang telah diberikan penjual kepada konsumen atas barang yang diperjualbelikan.[25] Harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, dan biaya iuran. Dalam hali ini penulis menjelaskan maksud penetapan harga adalah keputusan akhir atau penetapan harga yang akan ditawarkan pelaku bisnis (Toko Mas Keuchik Leumiek) ke pasar dengan tingkatan tertentu.

Harga ditentukan atau ditetapkan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual. Barang dan harga menurut mayoritas ulama Hanafi termasuk kata benda yang berlawanan yang mempunyai

[25] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 697 dan 712

arti yang berbeda. Barang biasanya dimaksud sesuatu yang bisa ditentukan bentuknya, sedangkan harga biasanya tidak bisa ditentukan bentuknya.[26]

Para fuqaha berfikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang serupa. Oleh karena itu, mereka lebih mengenalnya sebagai harta yang setara (*tsaman al-mitsl*). Sekalipun penggunaan istilah harga yang adil sudah ada sejak awal kehadiran Islam, Ibnu Taymiyah tampaknya orang yang pertama kali menaruh perhatian khusus terhadap permasalahan harga yang adil. Dalam membahas persoalan yang berkaitan dengan harga, ia sering kali menggunakan dua istilah, yakni kompensasi yang setara (*'iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*).

Dari pernyataan Ibnu Taymiyah yang dikutip oleh Adiwarman A. Karim dalam bukunya Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, tampak jelas bahwa kompensasi yang setara itu relatif merupakan sebuah fenomena yang dapat bertahan lama akibat terbentuknya kebiasaan, sedangkan harga yang setara itu bervariasi, ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran serta dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Mengingat harga merupakan atribut yang cukup signifikan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, maka Islam tidak menjadikan harga yang pantas, bahkan murah sebagai acuan, tetapi harga yang adil dan menarik sesuai dengan kualitas produk. Produsen ataupun penjual juga tidak boleh semata-mata menetapkan harga yang cenderung pada profit yang terlalu besar secara sepihak. Menetapkan harga merupakan unsur penting dalam pasar kompetitif, tetapi juga

[26] Wahbah al-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu, Jilid 5, (Terj. Abdul Hayyie al-Kattani dkk.)*, Jakarta : Gema Insani, 2011), hlm. 73.

harus memperhatikan hal yang berpotensi merusak praktik-praktik penetapan harga, seperti pengaturan harga, diskriminasi harga, penipuan harga, dan lain-lain.

## 2.4 Pentingnya Kebijakan dalam Mengelola Pasar Menurut Islam

Secara etimologi kata *at-tas'ir* ( التسعير ) seakar dengan kata *as-si'r* ( السعر = harga) yang berarti penetapan harga. Dalam Fiqh Islam, ada dua istilah yang berbeda yang menyangkut harga suatu barang, yaitu *ats-tsaman* dan *as-si'r*. *Atstsaman* menurut para ulama fiqh adalah patokan harga suatu barang. Sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di pasar. Ulama fiqh juga menyatakan bahwa fluktuasi harga komoditi berkaitan erat dengan *as-si'r* bukan *ats-tsaman*. Para ulama Fiqh membagi *as-si'r* itu kepada dua macam, yaitu :

1. Harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan dan ulah para pedagang. Dalam harga seperti ini, para pedagang bebas menjual barangnya sesuai dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam hal ini tidak dapat ikut campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam ini dapat membatasi hak para pedagang.
2. Harga suatu komoditi yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat.

Penetapan harga dari pemerintahan ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabari*.[27] Akan tetapi, pemerintah dapat melakukan penetapan harga (*tas'ir*) untuk mengontrol harga barang dengan membuat standarisasi dan patokan harga ketika

[27] Nasrun Haroen, *Fiqh muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm.139

para pedagang mulai rakus, tamak dan serakah. sehingga mereka tidak seenaknya melambungkan harga barang.[28]

Terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga, metode tersebut bergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan di atas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa. Kesalahan dalam penetapan harga akan menyebabkan kesalahan dalam kelayakan usaha, oleh karenanya kebijakan dalam penetapan harga harus benar-benar diperhitungkan secara tepat dan benar.

Kebijakan dalam penetapan harga adalah kegiatan yang amat penting, karena apabila harga terlalu tinggi, produk tersebut mengalami kesulitan dalam memasuki pasar, demikian pula sebaliknya dengan harga terlalu rendah menyebabkan kerugian terhadap kegiatan usaha. Penetapan harga harus benar-benar diperhitungkan, termasuk dalam menetapkan besarnya keuntungan yang diperlukan.[29]

Para ulama telah menentukan bahwa dalam perdagangan atau jual beli mempunyai lima rukun tertentu, yaitu penjual, pembeli, barang, harga, dan *sighat* (persetujuan dalam penjualan dan pembelian dengan harga yang telah ditetapkan). Perdagangan yang dilakukan tanpa ketentuan harga dianggap perdagangan yang

[28] Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam* (terjemahan Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuh), (Damaskus: Dar al-Fikr, 2007), hlm.68.

[29] Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis* , (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 112

tidak sah atau batal. Oleh karena itu, dalam hal ini perlu dipertimbangkan bagaimana harga suatu barang itu ditentukan atau disepakati antara penjual dan pembeli agar terciptanya suatu jual beli yang adil tanpa ada pihak yang merasa terzalimi.[30]

Di dalam bukunya Ihya‘ Ulumiddin, Imam al-Ghazali menjelaskan bahwa penentuan harga terhadap barang dan jasa dalam masyarakat merupakan suatu proses yang alami (*natural order*). Dalam ulasannya, beliau memberi contoh bahwa ketika para petani bercocok tanam mengalami keterbatasan alat-alat pertanian yang disebabkan di suatu tempat, dan di pihak lain para tukang kayu dan tukang besi yang tidak memiliki beras untuk di konsumsi, pada gilirannya untuk memenuhi kebutuhan mereka, maka mereka akan saling tukar menukar barang yang mereka produksikan. Petani menukar beras dengan alat-alat pertanian yang mereka perlukan dari tukang besi dan tukang kayu. Dalam kontek ini, penentuan terhadap suatu barang dan jasa, menurut Imam al-Ghazali adalah sangat bergantung kepada para pembeli (*demand-side*). Jika para petani dengan mudah menemui para pembeli, maka mereka dapat menjualnya dengan mahal, dan sebaliknya jika mereka sukar mencari pembeli yang ingin membeli beras, maka mereka akan menjualnya dengan harga yang murah.[31]

Terlepas dari pendapat yang dikemukakan oleh Al-Ghazali, menurut Abu Yusuf sebagaimana yang dikutip oleh Muhammad Shabri Abdul Madjid dalam bukunya Ekonomi Islam Kontemporer juga mengemukakan tentang teori harga dalam perspektif Islam. Dimana menurut beliau, “tidak ada batasan tertentu untuk

---

[31] Muhammad Shabri Abdul Madjid, *Ekonomi Islam Kontemporer*, (Jakarta: LAZNAS, 2004), hlm.125-126.

menentukan murah dan mahalnya suatu barang. Penentuan harga ini sebenarnya merupakan persoalan yang ditentukan oleh Allah yang prinsipnya diluar sepengetahuan manusia. Harga murah bukan dikarenakan kelebihan (*surplus*) barang dan jasa, dan harga mahal bukan pula disebabkan oleh kelangkaan (*scarcity*) barang dan jasa yang beredar di pasar". Berdasarkan pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Abu Yusuf mengakui adanya kekuatan Tuhan dalam penentuan harga dan beliau juga mengakui bahwa penentuan harga tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor permintaan (*demand*) saja, melainkan adanya faktor penawaran (*supply*). Karena banyak atau sedikitnya penawaran terhadap suatu barang dan jasa tidak akan mempengaruhi harga jika tidak adanya permintaan dari masyarakat.

Dalam konsep ekonomi Islam yang paling diutamakan adalah harga yang ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi apabila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan (*baina antaradim minkum*). Kerelaaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingan atas barang tersebut.[32] Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa harga atas suatu komoditas ditentukan oleh kemampuan seorang penjual untuk menyediakan barang yang akan dibeli oleh konsumen serta kemampuan seorang pembeli untuk memperoleh barang tersebut.

Demikian juga penentuan tarif oleh negara juga tidak dibenarkan menurut pandangan Islam, namun pasar harus dihilangkan dari berbagai distorsi (penyimpangan pasar) seperti monopoli, oligopoli, kartel, konglomerasi, dan

[32] Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm.169-170.

sebagainya yang menyangkut masalah penyimpangan dalam pasar. Untuk semua kebutuhan, tidak boleh adanya penentuan tarif, dan tidak boleh adanya distorsi pasar. Demikian juga semua barang dan jasa baik yang bersifat pokok, maupun sekunder tidak boleh ditentukan tarifnya. Harga harus tetap kerelaan kedua belah pihak yang bertransaksi, baik dia yang bernilai sama dengan barangnya atau pun kesepakatan itu di bawah nilainya atau pun di atas nilai yang sebenarnya.

Ibnu Qayyim berpendapat bahwa pemerintah harus mengurus perniagaan yang berjalan di pasar, ia harus mengetahui komoditi yang di perdagangkan di dalam pasar. Pemerintah lalu mematok harga dengan membatasi penjual agar tidak mengambil laba di atas harga yang wajar. Jika ada yang melanggar maka diberi peringatan. Jika tidak mengindahkan, maka pelanggar ini akan dikeluarkan dari pasar. Lebih lanjut Ibnu Qayyim mengatakan bahwa pematokan harga diantaranya mengandung unsur kezaliman.[33]

Sejumlah dalil yang dapat menjadi penguatnya adalah sebagaimana hadist yang diriwayatkan oleh Anas. Jika pedagang menjual sesuai dengan aturan main tetapi harga tetap naik karena sedikitnya barang dan banyaknya permintaan (sesuai dengan hukum jual beli) maka hal ini kita kembalikan kepada Allah. Jika pemerintah memaksa pedagang dengan menetapkan harga menurut kehendak mereka, ini adalah tindakan yang tidak adil. Dalam dalil lain juga dikatakan bahwa, jika pedagang menahan suatu barang sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat.

[33] Ibnu Qayyim, *Hukum Acara Peradilan Dalam Islam* (terjemahan Al Turuq Al Hukmiyah Fi Siyasat Al Syar'iyah), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm.178-179.

Dalam hal ini para pedagang harus secara suka rela menerima penetapan harga dari pemerintah.[34]

Menurut fuqaha, *tas'ir* (*penetapan harga*) terhadap suatu barang oleh pemerintah boleh dilakukan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Komoditas atau jasa tersebut sangat dibutuhkan masyarakat banyak.
b. Terbukti bahwa para pedagang melakukan kewenang-wenangan dalam menentukan harga komoditas dagangan mereka.
c. Pemerintah tersebut adalah pemerintah yang adil.
d. Pihak pemerintah harus melakukan studi kelayakan pasar dengan menunjukkan para ahli ekonomi.
e. Penetapan harga tersebut ditentukan dengan terlebih dahulu mempertimbangkan modal dan keuntungan para pedagang.
f. Ada pengawasan yang bersifat kesinambungan dari pihak penguasa terhadap pasar, baik yang menyangkut harga maupun yang menyangkut stok barang, sehingga tidak terjadi penimbunan barang oleh pedagang. Untuk pengawasan secara berkesinambungan, pihak penguasa harus membentuk suatu badan yang secara khusus bertugas untuk hal tersebut.[35]

Berdasarkan beberapa penjelasan dari poin-poin diatas dapat disimpulkan bahwasanya *tas'ir* (penetapan harga) oleh pemerintah tidak diperbolehkan karena mengekang kebebasan masyarakat dalam melakukan aktifitas ekonomi. Akan tetapi, bila keadaan tersebut sudah berbalik, dengan kata lain ada pihak-pihak

---

[34] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Terj. Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fi Iqtisadil Islam) (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm.256.

[35] Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta : Ichtiar Baru Van Hoeve, 1998), hlm.1805

yang di rugikan karena perilaku ekonomi pihak lainnya, pemerintah harus ikut serta menyelesaikan permasalahan tersebut dengan menetapkan harga secara adil untuk mencapai kemaslahatan bersama. Demikian juga halnya, pemerintah dapat pula menetapkan kebijakan-kebijakan lainnya untuk kemaslahatan masyarakat dalam wilayah pemerintahannya.

Untuk mencapai tujuan dari hukum Islam dalam jual beli harus memenuhi asas-asas atau prinsip-prinsip mu'amalah, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:[36]

1. Pada dasarnya segala bentuk mu'amalah adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh Al-Qur'an dan sunnah rasul. Hal ini menunjukkan bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas perkembangan bentuk dan macam mu'amalah baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat.
2. Mu'amalah dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsure paksaan. Prinsip ini memperingatkan agar kebebasan pihak-pihak yang bersangkutan selalu diperhatikan. Misalnya jual beli yang terjadi dengan cara paksaan dipandang tidak sah.
3. Mu'amalah yang dilakukan atas dasar pertimbangan yang mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudharat dalam hidup masyarakat. Dalam jual beli, kemaslahatan perlu dipertimbangkan karena apapun tindakannya memberikan manfaat. Kecuali yang tidak dibenarkan karena merusak kehidupan masyarakat. Misalnya berdagang narkotika, ganja, perjudian dan sebagainya.

---

[36] Ahmad Azhar Basir, *Asas-asas Hukum Mu'amalat (Hukum Perdata Islam*), (Yogyakarta: UII/Press, 1993), ed.revisi. hlm.10-11

4. Mu'amalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan. Misalnya berjual beli barang jauh di bawah harga yang pantas, karena penjualnya amat memerlukan uang guna menutup kebutuhan hidupnya yang primer demikian pula sebaliknya, menjual barang jauh di atas harga yang semestinya, karena pembelinya amat memerlukan barang itu untuk memenuhi kebutuhan yang primer.

Mayoritas ulama membolehkan memberikan selisih harga barang secara tunai (*cash*) dan hutang. Para ulama memegang pada kaidah fiqh yaitu *al-ashlu fi al-mu'amalah al-ibahah* "pada asalnya mu'amalah diperbolehkan" dan tidak ada nash/ ketentuan yang mengharamkannya. Juga tidak mirip/ serupa dengan riba dari segi apapun. Penjual boleh menambah harga karena pertimbangan-pertimbangan tertentu, selagi tidak sampai pada batas eksploitasi yang berlebihan atau kezaliman yang nyata. Kalau demikian adanya, maka jelas diharamkan. Syaukani mengatakan, "mazhab Syafi'i, Hanafi, Zaid bin Ali, Muayyid Billah dan Jumhur ulama mengatakan diperbolehkan karena banyaknya dalil yang memperbolehkannya. Dan pendapat inilah yang jelas.[37]

[37] Yusuf Qaradhawi, *Halah Haram Dalam Islam*, diterjemahkan oleh Abu Hana Zulkarnain dan Abdurrahim Mu'thi (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2005), hlm.337

# BAB TIGA

# SISTEM PENETAPAN HARGA PADA PENJUALAN EMAS PERHIASAN DI TOKO MAS KEUCHIK LEUMIEK DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

## 3.1 Gambaran Umum Pembuatan Emas di Toko Mas Keuchik Leumiek

Para pengrajin emas dalam bahasa Aceh disebut dengan *"utoh meuh"* yang berarti pandai emas atau tukang buat perhiasan emas. Para *utoh* memiliki keahlian khusus untuk dapat berprofesi sebagai pandai emas. Kemampuan *utoh* dalam mengolah emas menjadi sebuah perhiasan sangat penting, karena setiap utoh dituntut untuk mampu menghasilkan karyanya dengan berbagai jenis perhiasan dan model baik untuk kalung, cincin, gelang dan berbagai bentuk perhiasan lainnya sebagai asesoris tambahan seperti pin ataupun bros. Keahlian dalam mendisain dan membuat emas perhiasan tersebut akan sangat menentukan tingkat penghasilan yang akan diperolehnya karena semakin bagus desain dan kerapian hasil dari pengolahan emas yang dilakukan maka akan semakin tinggi harga atau upah dari tukang yang akan dibayar oleh pihak pemilik toko emas.

Bakat dan kemampuan menguasai skill mendisain dan menghasilkan karya perhiasan emas ini akan menjadi salah satu standar penetapan *rate* harga upah yang akan dibayar. Oleh karena itu pihak pekerja atau *utoh meuh* ini harus mampu mengolah bahan baku emas menjadi suatu perhiasan yang menarik, dan memiliki nilai estetika yang ditinggi.[1]

[1] Harun Keuchik Leumiek, tanggal 13 Juni 2017 di Toko Mas Keuchik Leumiek. Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Banda Aceh.

Pihak *utoh* atau pengrajin emas ini selain handal dalam membuat emas juga dibutuhkan sosok yang memiliki integritas, loyalitas dan dedikasi yang tinggi terhadap pemilik toko dan pekerjaannya. Bahkan etika dan kejujurannya merupakan faktor terpenting yang menjadi tolak ukur kepercayaan pihak pemilik toko karena pada saat pekerjaan dilakukan oleh utoh meuh pihak pemilik toko harus menyerahkan sejumlah emas untuk diolah menjadi perhiasan sesuai dengan orderan yang ditetapkan oleh pihak pemilik toko. Emas yang diserahkan tersebut kepada utoh biasanya sebagian besar dikerjakan di luar toko atau di tempat utoh bekerja hanya sebagian kecil saja utoh mengolah emas di toko emas dan hal itupun dilakukan oleh *utoh* yang belum memiliki kepercayaan sepenuhnya dari pihak pemilik toko emas.[2]

Pada proses pembuatan perhiasan tersebut pihak toko harus menyerahkan emas kepada pihak *utoh* karena dalam mekanisme pembuatan perhiasan emas tersebut, *utoh* harus melakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

Pada tahap pertama, *utoh* mengolah perhiasan emas dari emas murni kemudian meleburkannya dengan tembaga dan perak. Pada proses peleburan tersebut, sebelumnya pihak pemilik emas dan utoh telah secara akurat menimbang emas murni yang akan dilebur dan selanjutnya diolah sebagai perhiasan emas yang diminati oleh pembeli sesuai dengan pesanan dan juga selera pasar yang sedang aktual di komunitas masyarakat Aceh umumnya dan pada Pasar Aceh Khusuhnya.[3]

---

[2] Hasil wawancara dengan Kamaruzzaman, tanggal 13 Juni 2017 di Toko Mas Keuchik Leumiek, Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Banda Aceh.

[3] Hasil wawancara dengan Harun Keuchik Leumiek, tanggal 13 Juni 2017 di Toko Mas Keuchik Leumiek. Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Banda Aceh.

Pada tahap kedua, setelah selesai pengerjaan perhiasan pihak toko dan utoh juga menimbang berat emas perhiasan yang telah dibuat. Tindakan tersebut dilakukan untuk mencegah terjadinya fraud di kalangan utoh yang dapat menimbulkan menimbulkan kecurigaan pihak pemilik tersebut.[4]

Salah satu prinsip yang menjadi ciri khas Toko Mas Keuchik Leumiek adalah konsistensi dalam menjaga tingkat kemurnian perhiasan emas yang dibuat. Emas yang dibuat oleh para *utoh* harus mempunyai nilai karat yang tinggi sesuai dengan tingkat keunikan dari perhiasan emas tersebut. Hal ini yang membuat perhiasan emas menjadi berkualitas dengan harga yang tinggi.

### 3.2 Pandangan Masyarakat Terhadap Transaksi Jual Beli Emas

Masyarakat Aceh yang memiliki perhatian khusus terhadap emas sebagai logam mulia, perhiasan dan tidak sedikit yang menjadikannya sebagai nilai investasi penting baik dari kalangan masyarakat menengah maupun masyarakat kalangan atas. Baik dari kalangan yang dulunya dikenal sebagai keluarga bangsawan yang memiliki gelar teuku, cut, dan raja, bahkan juga dari kalangan ulama seperti teungku dan lain-lain. Perhatian yang paling signifikan dapat dilihat dari takaran yang spesifik hanya dikenal dalam kultur masyarakat Aceh, yaitu mayam yang memiliki timbangan sebarat 3,3 gram. Hal lainnya yang didapat dari perhatian masyarakat Aceh yaitu dari banyaknya desain emas yang lahir dari kultur masyarakat Aceh seperti  motif Pinto Aceh, Rencong Aceh, Liontin Aceh dan lain-lain. Dari indikator ini dapat dilihat bagaimana minat masyarakat

[4] ...

terhadap emas yang tidak pernah luntur, karena pesona emas sebagai logam mulia yang tidak pernah pudar untuk menggoda berbagai kalangan untuk membeli dan memilikinya.

Fungsi emas bagi masyarakat yang sangat fleksibel membuat tingginya animo masyarakat untuk membeli emas tidak hanya pada saat harga emas turun di pasar dunia tapi juga pada saat harga emas stabil,. Fleksibilitas ini dapat ditemukan dalam berbagai lapisan ekonomi masyarakat, misalnya untuk keperluan finansial tertentu seperti membayar SPP, membeli kendaraan dan berbagai keperluan lainnya seperti biaya untuk menikah, emas dengan cepat menjadi solusi untuk menyelesaikan masalah finansial secara tuntas baik dengan cara menjualnya maupun dengan menggadaikannya secara di bawah tangan atau secara legal dengan lembaga keuangan seperti bank syariah dan pegadaian. Musim-musim tertentu juga mempengaruhi animo masyarakat untuk membeli emas seperti pada saat musim panen padi selesai, masyarakat yang memiliki kelebihan hasil panen kemudian menjual panenannya dan menyimpan dalam bentuk emas.

Kalangan wanita sangat mendominasi di antara masyrakat sebagai kaum yang memang cenderung menyukai emas untuk perhiasan. Semakin lengkap perhiasan emas yang dipakainya maka akan menambah nilai estetis dan elegan sang pemakai, dan juga secara sosial akan meningkatkan citranya di kalangan masyarakat sebagai orang yang memiliki tingkatan tertentu. Hingga sering sekali si pemakai perhiasan emas menjadi perhatian orang lain dalam kegiatan-kegiatan tertentu seperti pada resepsi perkawinan dan kegiatan gathering lainnya.

Emas semakin disukai oleh konsumennya karena nilainya yang tidak pernah merosot tajam, sehingga harganya di pasaran sering melambung sangat menguntungkan bagi siapapun terutama kolektor dan investor. Sebagaimana dinyatakan bahwa stabilitas ekonomi makro dilihat dari keseimbangan antara permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar, hal ini berlaku mutlak pada emas sebagai komoditas logam mulia yang tidak pernah berkurang konsumennya di pasaran. Motif dan desain emas sebagai perhiasan yang sangat beragam, mulai dari cincin, kalung, bros, pin bahkan liontin semakin menambah pesona emas sebagai produk perdagangan bergengsi.

Dalam transaksi jual beli emas ini, posisi pedagang emas cenderung lebih kuat dibanding konsumennya. Bila pedagang membeli emas dari penjualnya, maka yang menetapkan harga adalah pihak pedagang emas, demikian juga bila masyarakat yang membeli emas dari pedagang jelas harganya ditetapkan oleh pihak pedagang, dan dalam transaksi ini hampir tidak ada negosiasi harga antara pihak pembeli dengan penjualnya. Hal ini disebabkan penetapan harga bersifat sepihak, meskipun konsumen menjualnya setelah investasi namun pembeli biasanya tetap pihak toko emas, dan toko emaslah yang sangat dominan dalam mekanisme pasar.

Toko Mas Keuchik Leumiek merupakan toko yang diwariskan oleh H. Keuchik Leumik kepada anaknya Harun tepatnya sekitar tahun 1978 H. Kepercayaan yang diberikan bukan hanya sekedar melepaskan, karena Harun telah dididik bertahun-tahun untuk dapat memajukan usaha tersebut untuk lebih maju dari yang telah dikembangkan oleh orang tuanya sendiri.

Bentuk emas yang dijual sangat bagus dengan dominasi emas pada perhiasannya ketimbang dengan campuran lainnya dengan tidak mengurangi kekuatan daya tahan emas perhiasan tersebut. Rata-rata kemurnian perhiasan yang dijual di atas 90 %. Dan campurannya hanya berfungsi sebagai penguat atau sebagai hiasan lainnya. Seperti cincin dengan tambahan tembaga dan perak. Sedangkan di toko lain seperti toko London, kebanyakan perhiasan emas yang dijual mempunyai tingkat kemurnian 70-80 % yaitu emas 18-20 karat. Corak perhiasan emas Keuchik Leumiek bagus dan indah, seperti perhiasan gelang emas yang dipesan dengan corak timur tengah yang dibuat oleh utoh sangat bagus. Sedangkan di Toko Mas London perhiasan emas yang dijual dominannya merupakan perhiasan emas pabrik dengan tingkat kemurnian 70% yaitu emas 18 karat. Pihak penjual tidak mengutamakan emas buatan tangan (handmade) sebagai produk unggulan.

Perhiasan emas yang dijual di Toko Mas H.Hayim juga memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan perhiasan emas di Toko Kechik Lemiek. Karena nilai karat yang rendah berkisar antara 18-20 karat. Namun toko H.Hasyim juga menjual perhiasan emas 22-24 karat dengan tingkat kemurnian di atas 90%. Dominasi perhiasan emas merupakan handmade. Dengan meminimalisir perhiasan buatan pabrik toko H.Hasyim juga banyak dikenal oleh masyarakat Banda Aceh khususnya.

Jika dibandingkan antara ketiga toko di atas perhiasan emas di Toko Keuchik Leumiek lebih unggul dibandingkan dengan Toko Mas London dan Toko Mas H.Hasyim. dalam pejualan kembali perhiasan emas Keuchik Leumiek harga

emas tidak turun drastis. Namun sebaliknya jika emas yang lain dijual ke toko Keuchik Leumiek, maka harganya akan jatuh.

Toko Mas Keuchik Leumiek merupakan salah satu unit usaha terbaik di Aceh yang menjual perhiasan emas dengan tingkat kemurnian yang tinggi. Keunikan dan kemurnian emas Keuchik Leumiek juga menjadi faktor nilai yang menyebabkan harga emas Keuchik Leumiek mampu bersaing dengan penjual emas di level internasional. Salah satu perhiasan terbaik yang dijual sebagai kolektor emas adalah perhiasan emas etnis dalam bentuk motif "*Pinto Aceh*"[5] yang diciptakan pada tahun 1935. Jika dibandingkan dengan perhiasan tradisional lainnya di antara lebih dari 250 jenis, perhiasan ini tergolong sangatlah muda karena mampu bersaing dengan perhiasan tradisional lainnya. Perhiasan ini cepat populer dan telah menarik banyak wanita penggemar perhiasan tradisional, baik wanita Aceh maupun pengunjung dari luar Aceh.

*Pinto Aceh* dibuat dari emas berkadar 18 sampai 22 karat, kalau dibuat dengan bahan emas murni (emas kertas) perhiasan ini mudah berlipat-lipat, baik ketika membuatnya ataupun ketika memakainya karena tidak bercampur dengan jenis logam lain. Untuk mempermudah penjual dalam dan memperindah pembuatan motif *Pinto Aceh*, penjual menambahkan logam lain seperti dengan tidak mengurangi keindahan dari *Pinto Aceh*. Tidak sembarang orang mampu

[5] Desain perhiasan *Pinto Aceh* diambil dari sebuah monumen peninggalan Sultan Iskandar muda yang bernama *Pinto Khop*. Monumen tersebut terletak di tepi sungai (*Krueng*) Daroy yang sekarang di sekitarnya dijadikan taman rekreasi. konon dulunya *Pinto Khop* adalah pintu belakang istana keraton Aceh yang digunakan khusus untuk keluar masuknya permaisuri Sultan Iskandar Muda beserta dayang-dayangnya jikalau sang permaisuri pergi menuju ke tepian sungai untuk mandi. Sekarang taman tersebut diberi nama Taman Putroe Phang (Taman Putri Pahang), nama sang permaisuri. Berasal dari desain gerbang kecil Pintu Khop itulah diambil motif untuk perhiasan yang bernama Pinto Aceh ini.

membuat perhiasan motif *Pinto Aceh*. Perhiasan yang satu ini lebih banyak menuntut kesabaran, ketekunan agar memperoleh kualitas yang standar dalam pembuatannya.

### 3.3 Proses Penetapan Harga di Toko Mas Keuchik Leumiek

Penetapan tingkat harga dalam perdagangan selalu terkait dan tidak terlepas dari mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara permintaan dan penawaran yang dapat berjalan dengan baik. Penetapan harga jual barang pada umumnya selalu mengikuti kondisi ekonomi yang terjadi di wilayah tersebut.

Pengelola Toko Emas H. Keuchik Leumik menetapkan harga emas murni 99 persen memiliki harga Rp 540.000 per gram dan Rp 1.800.000 per mayam, untuk 97 persen Rp 523.800 per gram dan Rp1.746.873 per mayam, sedangkan untuk yang 90 persen memiliki Rp 486.000 per gram dan Rp 1.620.081 per mayamnya. Pihak penjual memprediksikan harga emas di waktu yang akan datang tidak dapat diketahui karena harga emas selalu berpengaruh pada harga emas dunia dollar. Untuk harga emas dunia saat ini berjumlah 1.275 per *troy ounce*. "Harga tersebut belum termasuk ongkos, kerena untuk ongkosnya disesuaikan dengan bentuk emas yang dibeli, saat ini belum bisa diprediksi apakah kedepan harga emas semakin naik atau malah turun nantinya," kata penjual di Toko Mas Keuchik Leumiek.

Standar penetapan ongkos emas tersebut per mayam sekitar Rp.200.000,- sampai Rp.350.000,-. Namun harga tersebut tidak sama antara satu toko dengan

toko yang yang lain, penetapan harga ini juga tergantung pada pihak toko yang bersangkutan. Penetapan harga emas ini juga terdapat ongkos pembuatannya berkisaran Rp.40.000,- sampai Rp.50.000,-. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari pedagang emas di Pasar Aceh, harga pasar emas 24 karat pada tanggal 06 Agustus 2017 ditetapkan sebesar Rp. 1.920.000,-/mayam harga tersebut telah inklud ongkos pembuatan perhiasan sebesar Rp 45.000/pergram.[6]

Penetapan harga emas pada nilai logam mulianya sama, selalu mengikuti standar harga emas dunia, yang harga pasarannya dinilai pada standar harga emas batangan telah ditetapkan di pasar emas dunia. Namun yang cenderung fluktuatif pada nilai pembuatan emas perhiasan itu sendiri, yang biasanya ditetapkan oleh pihak pedagang dengan melihat kondisi pasar dan omset penjualan yang dihitung baik secara harian maupun mingguan, apakah sepi pembelinya ataukah ramai konsumen yang meminatinya. Jika kondisi pasar sepi penetapan harga pembuatan emas perhiasan cenderung lebih murah, namun jika kondisi pasar sedang ramai pembeli bisa saja harga pembuatan emas ditetapkan oleh pedagang lebih mahal dari biasanya.

Misalkan modal dari penjualan suatu emas sebesar Rp.1.700.000,-, lalu dijual sebesar Rp.1.770.000,-. Keuntungan yang didapat tukang ditetapkan seharga Rp.40.000,- hingga Rp.50.000,- dari hasil penjualan emas. Terdapat beberapa tukang dari setiap toko, seperti tukang kalung, tukang cincin, dan tukang dari jenis emas lainnya. Ongkos yang ditetapkan untuk kalung dan gelang tangan dengan model sederhana sebesar Rp.50.000,-, sedangkan ongkos yang ditetapkan

[6] Hasil interview dengan Husen, Pemilik Toko Emas H. Hasyim pada tanggal 06 Agustus 2017 di Pasar Aceh, Kota Banda Aceh.

untuk cincin sebesar Rp.20.000,-. Namun untuk jenis yang rumit untuk penetapan ongkos cincin sebesar Rp.100.000,- dan gelang maupun kalung sebesar Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,-.Penetapan harga terhadap emas dilihat dari tingkat kualitas emas tersebut, makin tinggi tingkat kerumitan emas, maka penetapan harganya semakin mahal.[7]

Pada penjualan emas biasanya terjadi penyusutan harga, para pihak toko mengatakan bahwa terjadinya penyusutan harga karena emas yang digunakan sudah pudar. Jika dijual biasanya ada selisih harga/potongan yang besarnya berbeda-beda disetiap toko, pemotongan harga tersebut biasanya dari harga ongkos pembuatannya. Pudarnya emas diakibatkan oleh pemakaian yang berulang-ulang dan dalam jangka waktu yang lama, sehingga nilai emas akan berkurang baik penjualan dengan menggunakan surat maupun tanpa surat. Namun fakta penyusutan ini juga diberlakukan oleh pedagang pada emas baru yang akan dijual oleh konsumen. Jika konsumen ingin menjual emas, nilai jual emas tersebut akan berkurang, dengan alasan bahwa adanya penyusutan pada emas. Padahal emas yang akan dijual masih dalam kondisi baru beberapa waktu yang lalu dibeli dan belum digunakan, namun tetap nilai jual berkurang.

Harga emas pada saat penjualan berdasarkan ketetapan harga pada hari tersebut, bila penjualan emas pada hari tersebut harga emasnya sedang naik maka bagi penjual mendapat keuntungan dan sebaliknya jika pada hari tersebut harga penjualan emas sedang mengalami penurunan maka penjual emas mengalami kerugian, ditambah lagi dengan pemotongan ongkos pada saat penjualan. Semua

[7] Hasil wawancara dengan Husen, Pemilik Toko Emas H. Hasyim pada tanggal 14 September 2017 di Pasar Aceh, Kota Banda Aceh.

ketentuan di atas ditetapkan secara sepihak oleh pemilik toko emas karena kebijakan tersebut dibuat karena posisi toko emas yang kuat, namun lebih krusial bila pihak konsumen menjual kembali emas yang dimilikinya kepada pihak toko emas.

Harga perhiasan emas yang ditetapkan oleh Toko Mas Keuchik Leumiek tergolong tinggi. Secara umum, mekanisme penetapan harga perhiasan emas dapat digambarkan sebagai berikut:[8]

1. Pihak Toko Mas Keuchik Leumiek menyediakan bahan baku berupa emas murni. Emas murni dengan kandungan murni 24 Karat, merupakan alasan yang kuat untuk menentukan harga yang sangat tinggi bagi perhiasan yang dibuat dengan emas 24 K. Sehingga untuk membuat perhiasan yang lebih murah, maka perhiasan logam emas seringkali dipadukan dengan logam lainnya seperti perak atau tembaga. Karat adalah ukuran dari rasio emas dengan logam lain yang terkandung dalam perpaduan logam campuran emas. Semakin banyak kandungan emas dalam logam perpaduan tersebut, semakin tinggi pula tingkat karat. Emas memiliki sifat yang lunak, sehingga harus dicampur dengan berbagai macam logam lain, supaya bentuknya lebih keras dan bagus. berikut ini bahan logam untuk campuran emas yang paling bagus.
2. Para pandai dan pengrajin emas (*utoh*) membuat perhiasan emas yang dijual adalah dibuat oleh Toko Mas Keuchik Leumiek, perhiasan yang dibuat tergantung permintaan pembeli dan penjual. Berikut penjelasan

[8] Wawancara dengan Harun Keuchik Leumiek, tanggal 13 Juni 2017 di Toko Mas Keuchik Leumiek.

tentang proses pembuatan salah satu contoh perhiasan yaitu emas tua. Pertama-tama persiapan bahan-bahan seperti emas murni, tembaga dan perak. Lalu bahan tersebut dibagi dalam 75% emas murni, 17% tembaga dan 7% perak, selanjutnya ketiga bahan itu dicampur dan dilebur jadi satu menjadi emas tua yang biasa disebut 75. Kemudian dicetak dan dijadikan segala macam perhiasan. Untuk membuat emas persetengahan atau yang biasa disebut dengan stw para *utoh* mencampurkan bahan-bahan 40% emas murni,40% tembaga dan 20% perak kemudian semuanya dicampur serta dilebur menjadi satu dan kemudian dicetak setelah itu siap menjadi perhiasan yang diinginkan. Selanjutnya terakhir yaitu emas muda yang berasal dari campuran bahan 30% emas murni, 40% tembaga, 30% perak yang dijadikan satu lalu dilebur dan dicetak menjadi bahan yang siap menjadi perhiasan. Setelah terbentuk segala macam perhiasan terus direbus dengan air dicampur Apotas hingga kotoran hilang dan dikeringkan dengan piring tanah yang diletakkan di atas kompor hingga kering sampai kelihatan mengkilap terus dicrom dengan air mas murni kuning/crom putih yang akan menjadi warna putih kuning. Lalu dipoles dengan tangan mesin poles dengan bahannya bernama willcom pada emas yang sudah dihiasi oleh tukang dengan mesin cetak.

3. Setelah proses pembuatan perhiasan emas pihak toko Mas keuchik Leumiek memberi upah kepada *utoh* sesuai dengan hasil karya pembuatannya. Apabila tingkat kerumitannya tinggi maka, upah yang diberikannyapun juga tinggi. Seorang *utoh* bisa mendapat order dari pihak

toko emas mengolah 1-2 kg emas batangan, untuk dibuatkan pesanan sejumlah perhiasan emas. Pembuatan perhiasan glamour atau fashion dalam kategori ini merupakan perhiasan yang dikenakan pada event-event tertentu saja, seperti pesta, pemotretan, peragaan busana, dan lain-lain. Untuk perhiasan jenis seperti ini dikenakan ongkos pembuatan sebesar 30 persen.

4. Pihak Toko Mas Keuchik Leumiek menetapkan harga perhiasan emas hasil buatannya (*handmade)* sesuai dengan nilai karat perhiasan emas, tingkat kemurnian perhiasan emas dan tingkat kerumitan bentuk perhiasan emas. Harga penjualan sudah termasuk harga emas, beban dan biaya-biaya lainnya.

**Tabel. 3.1**

**Perbandingan harga perhiasan emas di 3 toko**

| Toko | Berat | Persen | Karat | Ongkos | Harga |
|---|---|---|---|---|---|
| Toko Mas Keuchik Leumiek | 3 gram | 70 % | 18 K | Rp. 400.000 | Rp. 1.850.000 |
| | | 99% | 24 K | Rp. 180.000 | Rp. 2.100.000 |
| Toko Mas London | 3 gram | 70 % | 18 K | Rp. 100.000 | Rp. 1.400.000 |
| | | 99% | 24 K | Rp. 70.000 | Rp. 1.950.000 |
| Toko Mas H. Hasyim | 3 gram | 70 % | 18 K | Rp. 210.000 | Rp. 1.650.000 |
| | | 99% | 24 K | Rp. 50.000 | Rp. 1.920.000 |

Sumber: Hasil survei di Toko Emas Pasar Aceh bulan Agustus 2017

Faktor- faktor yang mempengaruhi harga perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek tergolong mahal:

1. Nilai karat, nilai karat yang berarti sebuah sistem pengukuran tingkat kemurnian emas yang diukur berdasarkan jumlah persentase emas murni yang terkandung dalam suatu logam. Angka 24 adalah tingkatan tertinggi dalam perhitungan karat. Untuk menghitungnya adalah dengan membagikan angka yang diinginkan pembeli dan membagikan dengan angka 24 karat.
2. Nilai kemurnian, nilai ini merupakan emas dengan angka 24 karat. Nilai kemurnian merupakan nilai karat tertinggi yaitu 24 karat. Sedangkan emas 18 karat adalah perpaduan anatara kadar emas dan logam lainnya dengan dominasi emas 60-70%. Besarnya karat pada perhiasan mengindikasikan seberapa besar kandungan emas murni yang terdapat pada sebuah perhiasan. Berikut daftar perhitungan karat dan kandung emas murni yang biasa gunakan sebagai panduan :
    1) 24 Karat = 99,00% – 99,99% emas murni
    2) 23 Karat = 94,80% – 98,89% emas murni
    3) 22 Karat = 90,60% – 94,79% emas murni
    4) 21 Karat = 86,50% – 90,59% emas murni
    5) 20 Karat = 82,30% – 86,49% emas murni
    6) 19 Karat = 78,20% – 82,29% emas murni
    7) 18 Karat = 75,40% – 78,19% emas murni
    8) 14 Karat = 58,3% – 41,7% emas murni

9) 10 Karat = 41,7% – 58,3% emas murni

Jika dikaitkan dengan istilah emas tua dan emas muda, emas 14 karat bisa dikelompokkan ke dalam golongan emas muda. Hal ini karena emas 14 karat memiliki kadar emas di bawah 70%. Seperti yang diketahui, perhiasan emas dibentuk tidak hanya dari emas, tetapi juga dicampur dengan logam lain untuk membuatnya lebih kuat. Emas tua dan emas muda ini merupakan istilah yang biasa digunakan untuk menyebut kadar emas dalam suatu perhiasan. Emas muda adalah perhiasan yang memiliki kadar emas di bawah 70%. Menurut keterangan dari toko-toko lain di Banda Aceh, emas muda memiliki kadar emas di bawah 42%. Sementara emas tua merupakan perhiasan dengan kadar emas di atas 70% atau memiliki kadar emas di atas 42%. Dengan begitu, dapat disimpulkan emas muda memiliki campuran emas lebih sedikit dibanding campuran logam lain saat dibentuk menjadi perhiasan. Sementara emas tua memiliki kandungan emas lebih banyak daripada logam lainnya.

Perbedaan kadar emas pada emas tua dan emas muda ini berpengaruh pada harga jualnya. Emas muda dengan kandungan emas lebih sedikit memiliki harga lebih murah. Sebaliknya, emas tua memiliki harga jual lebih mahal karena kandungan emas yang lebih tinggi. Cara mudah untuk mengetahui perbedaan emas tua atau emas muda ialah dengan melihat kode yang ada pada perhiasan tersebut. Pada bagian dalam perhiasan, dapat dilihat adanya angka kecil terukir yang menunjukkan kadar emas perhiasan. Misalnya, angka 750 dan 700 yang menunjukkan

kadar emas yang terkandung ialah 75% dan 70%. Begitu pun pada emas muda, seperti angka 150 atau 300 yang berarti kadar emas yang dimiliki 15% dan 30%.

3. Nilai kerumitan yang ada perhiasan emas juga merupakan faktor tingginya harga perhiasan emas tersebut. Namun, tidak semua emas yang rumit merupakan emas murni, hal itu disebabkan karena bentuk emas yang susah untuk dibentuk dan diukir oleh para atoh karena sifat emas yang merupakan logam yang mahal harganya. Biasanya perhiasan emas yang rumit dicampur menggunakan logam lain seperti perak dan lainnya.

### 3.4 Ketentuan Hukum Islam terhadap Penetapan Harga pada Pembuatan Emas di Toko Mas Keuchik Leumiek

Dalam konsepsi Islam, konteks keadilan dalam melakukan transaksi khususnya dalam menentukan harga harus dilakukan berdasarkan prinsip mutualise profit (memberikan keuntungan timbal balik). Maksudnya proses transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli berjalan atas dasar saling rela (ridha), suka sama suka yang direalisasikan dalam bentuk mengambil dan memberi atau cara lain yang dapat menunjukkan keridhaan dan berdasarkan makna pemilikan dan mempermilikkan. Pelaksanaannya tidak boleh ada paksaan, muslihat, tidak boleh ada pikiran untuk mengambil keuntungan dalam kondisi kecemasan atau ketidaktahuan dari pihak-pihak yang melakukan kontrak, dan sebagainya. Ketika pihak-pihak yang mengadakan kontrak melakukan proses negosiasi secara terbuka serta jujur, maka harga yang dicapai telah mencerminkan

keadilan. Dalam keadaan normal semacam ini tidak memungkinkan adanya intervensi pasar. Oleh karena itu, ketika salah satu persyaratan keadilan tersebut dilanggar maka akan timbul ketimpangan sosial yang cenderung merugikan salah satu pihak untuk melakukan eksploitasi terhadap pihak lain dengan cara yang tidak *fair*. Dengan demikian pihak yang berwenang harus turut melakukan intervensi atas ketidakadilan yang terjadi dengan mengambil inisiatif kebijakannya berdasarkan aturan hukum yang berlaku.

Menurut pandangan sebagian masyarakat, jika dilihat dari sisi transaksi jual beli pada penetapan harga pasar emas oleh para pedagang emas terdapat keganjalan. Mekanisme pasar yang dibangun atas dasar kebebasan individu sesuai dengan yang disukai kedua belah pihak dan tidak menimbulkan kerugian pada pihak manapun. Namun dalam praktik jual beli emas tidak terdapat harga yang adil, hal tersebut dilihat dari posisi pedagang emas yang kuat daripada posisi pembeli, sehingga penjuallah yang mengatur harga transaksi emas, maka dari itu harga yang ditetapkan melonjak naik untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi. Pada praktik inilah yang membuat penjual memainkan harga pasar yang tidak sesuai dengan hukum Islam. Padahal Islam melarang transaksi yang bertentangan dengan syariah Islam dan menimbulkan kerugian.

Konsep Islam juga memahami bahwa pasar dengan prinsip persaingan bebas dapat berperan efektif dalam perekonomian. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau private sektor kegiatan monopolistik atau sebagainya. Seperti dalam riwayat hadist Abu Dawud pada bab dua yang menunjukkan kepada kita bahwa

peran pemerintah adalah melepaskan harga pasar sesuai dengan situasi dan kondisi pemerintah tidak dibenarkan memihak, baik kepada pembeli (dengan memaksakan harga terhadap si penjual) atau berpihak kepada si penjual (dengan menetapkan harga yang tidak terjangkau oleh pembeli).

Menurut Asy-syaukani, penetapan harga itu haram atau suatu tindakan yang zalim. Logikanya, manusia bebas menggunakan harta mereka, sedangkan penentuan harga menghambat hal itu. Pemimpin harus menjaga kemaslahatan semua pihak, dan ia wajib menyelesaikan masalah ini lewat ijtihad dan musyawarah antara kedua belah pihak. Begitu pula menurut jumhur ulama, apabila pemerintah menentukan harga suatu harga sedangkan pemilik barang tidak ridha, maka tindakan ini bertentangan dengan keadilan. Sedangkan Imam Malik berpendapat bahwa pemerintah dapat menetapkan harga.[9]

Dalam bukunya Konsep Laba dalam sistem Ekonomi Islam Ida Friatna mengatakan bahwa, Ibnu Qudamah, Ibnu Taymiyah, dan Ibnu Qayyim al-Jauziah membagi bentuk penetapan harga kepada dua macam, yaitu penetapan harga yang zalim dan penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak bersifat zalim adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dengan keadaan pasar dan tanpa mempertimbangkan kemaslahatan para pedagang. Penetapan harga yang bersifat adil adalah ketika terjadi pelonjakan harga yang cukup tajam disebabkan oleh ulah para pedagang. Akan tetapi sikap pemerintah dalam penetapan harga itu harus adil dengan memperhitungkan

[9] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Terjemahan Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishad Islam), Kairo : Makhtabah Wahbah, 1995, hlm.256

modal, resiko, transportasi, dan keuntungan pedagang.[10] Kebebasan dalam menentukan harga diperoleh setiap individu sesuai kesepakatan bersama. Selain itu pemerintah juga dapat menentukan harga suatu barang untuk menjaga kemaslahatan.[11]

Pihak Toko Mas Keuchik Leumiek mengungkapkan bahwasannya pemerintah tidak pernah mengatur harga-harga perhiasan emas yang dijual oleh para penjual emas. Namun, pemerintah memiliki peran untuk menjaga kemashlahatan dan kepentingan umum dan megimplementasikan syariat.[12]

Toko Mas Keuchik Leumiek sangat memperhatikan kualitas barang yang dijual, tidak ada suatu barang yang dijual dalam keadaan cacat dengan sepengetahuan pemilik toko. Hal ini sudah terbukti ketika banyaknya orang yang membeli perhiasan emas dari Toko Mas Keuchik Leumiek dan menjual kembali di toko tersebut dengan harga yang tetap tinggi setelah dikurangi biaya pembuatannya. Bahkan toko lainpun menghargai perhiasan Keuchik Leumiek dengan harga yang tinggi pula. Akhirnya kepuasan pembeli terbayar dengan kualitas barang yang dibelinya, hal inilah yang dinamakan dengan jual beli yang sesuai dengan konteks *antaradhin minkum*, keridhaan antara kedua belah pihak.

Seperti yang tertera dalam Al-Quran surat An-Nisa' ayat 29 yang telah disebutkan pada shalaman sebelumnya yang mana ayat tersebut menjelaskan bahwasannya keridhaan merupakan hal yang dituntut oleh masing-masing pihak yang bertransaksi, baik penjual maupun pembeli. Terutama pihak penjual harus

---

[10] Ida Friatna, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, Skirpsi yang tidak dipublikasikan, Fakultas Syariah IAIN Ar-Raniry banda Aceh 2010), hlm.101.

[11] Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Jakarta: LP3ES,1983), hlm.94.

[12] Wahbah al-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, jilid 7, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 46.

dapat memberi harga yang adil kepada pembeli, karena sasaran utama dari adanya konsep harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam perekonomian.

Untuk menciptakan suatu masyarakat yang adil, maka diperlukan adanya konsep yang jelas mengenai pemberlakuan harga. Pemerintah sebagai otoritas harus menjamin terjadinya harga yang adil agar terjadi keadilan dalam transaksi yang terjadi di masyarakat. Harga yang adil akan memelihara masyarakat dari tindakan eksploitasi yang mungkin terjadi sekaligus melindungi hak-hak konsumen dan produsen.

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi dan adanya batasan-batasan yang tidak bertentangan dengan syariah Islam dan tidak menimbulkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Pada hakikatnya harga yang adil telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al -Quran sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan. Dalam praktik, kenyataannya pihak pedagang mengatakan adanya alasan terjadinya praktik penambahan dan pengurangan pada nilai harga jual beli emas kembali, pertama terjadinya penambahan nilai harga saat pembelian oleh konsumen ini diakibatkan karena ongkos pembuatan emasnya. Pedagang mendapatkan keuntungan pada proses penjualan serta mengambil ongkos sebagai upah dari pembuatan emas. Kedua dari segi pengurangan nilai harga saat penjualan emas, pada saat penjualan ongkos dihilangkan pedagang mengatakan bahwa emas yang dijual sudah pudar dan bahkan pedagang mengatakan bahwa emas yang dijual sudah tidak baru lagi. Pedagang menyatakan bahwa emas tersebut harus dilebur

kembali, memang tidak semua emas yang dijual akan dilakukan peleburan hanya saja dilakukan penyepuhan agar terlihat menarik seperti baru lagi. Dalam praktik pengambilan keuntungan, penambahan dan pengurangan pada nilai harga jual beli emas di Pasar Aceh telah sejalan dengan hukum Islam. Karena dalam praktik tersebut terdapat negosiasi antara penjual dan pembeli, sehingga dalam transaksi tersebut pembeli dapat memenuhi haknya untuk mendapatkan harga beli yang diiginkannya dan harga jual yang sepihak selama tidak mengurangi keridhaan pembeli dalam transaksi jual beli emas.

Proses pembentukan harga tidak hanya dilakukan oleh salah satu pihak, melainkan harus melalui berbagai proses yang melibatkan berbagai pihak, sehingga harga pasaran muncul berdasarkan kehendak pasar dan saling menguntungkan. Oleh karena itu Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa harga yang adil adalah harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antara permintaan dan penawaran. Hal ini berarti bahwa harga yang adil adalah suatu harga yang digunakan oleh pelaku pasar dan masyarakat yang sesuai dengan mekanisme pasar yang sedang berlaku.

# BAB EMPAT
# PENUTUP

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, akan dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut :

## A. Kesimpulan

1. Mekanisme penetapan harga perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek dmulai dari pembuatan emas oleh para pandai dan pengrajin emas (*utoh*) selanjutnya penetapan upah pihak toko Mas keuchik Leumiek kepada atoh sesuai dengan hasil karya pembuatannya. Setelah itu penetapan harga perhiasan emas hasil buatan *utoh* (*handmade*) sesuai dengan nilai karat perhiasan emas, tingkat kemurnian perhiasan emas dan tingkat kerumitan bentuk perhiasan emas. Harga penjualan sudah dipotong beban dan biaya-biaya lainnya.
2. Faktor- faktor yang mempengaruhi harga perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek ada 3, yang pertama adalah nilai karat yang berarti sebuah sistem pengukuran tingkat kemurnian emas yang diukur berdasarkan jumlah persentase emas murni yang terkandung dalam suatu logam. Kedua, nilai kemurnian merupakan emas dengan angka 24 karat yang merupakan nilai karat tertinggi. Ketiga, nilai kerumitan yang ada perhiasan emas dari seni ukir yang diterampilkan oleh para *utoh*.
3. Dalam perspektif hukum Islam penetapan harga yang tinggi pada perhiasan emas yang dilakukan oleh Toko Mas Keuchik Leumiek adalah hal yang wajar

dan dibolehkan. Tidak ada unsur *ihtikar* pada penetapan harganya. Penetapan harga ini pun selaras dengan mekanisme pasar dalam Islam yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran yang saling ridha antara kedua belah pihak.

## B. Saran

1. Berusaha melakukan studi krisis terhadap berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perekonomian. Karena praktik ekonomi secara umum juga menjadi tuntutan utama ajaran Islam.
2. Pemerintah diharapkan agar dapat menangani masalah penetapan harga pasar dengan baik serta dapat mengawasi pasar agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan dan persaingan harga yang tidak sehat dari peraturan yang telah ditetapkan pemerintah di kalangan pedagang.
3. Kepada pihak Toko Mas Keuchik Leumiek diharapkan untuk selalu memegang teguh prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan praktik perniagaan agar terciptanya kestabilan ekonomi pada masyarakat.

# DAFTAR PUSTAKA


Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Pesada, 2006, Ed, ke 3

Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam.* Jakarta: Rajawali Press

Aida Fitra, *Penetapan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. *Sistem* Skripsi yang tidak dipublikasikan, Fakultas Syariah IAIN Ar-Raniry Banda Aceh 2013,

Ar-Raghib Al-Ashfahani, *Mu'jam Mufradat Alfazh Alquran.* Beirut: Dar al-Fikr

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka, 1999

Dr. Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana,2012

Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam.* Jakarta: Sinar Grafika, 2013

Komaruddiin, Yooke Tjuparmah S. Komaruddin, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006

Muclish, *Bisnis Syariah, Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007

Muhammada Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005

Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007

Philip Kotler, Susanto, AB, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2001, Buku 2, Ed. Bahasa Indonesia

Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.

Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*. Jakarta, 2006

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis,* Yogyakarta: UII Press, 2005

Tri Kurnia Nurhayati, *Lengkap Bahasa Indonesia, Kamus.* Jakarta: Eska Media, 2003

Wahbah al-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*. Jilid 5, Terj. Abdul Hayyie al-Kattani dkk. Jakarta: Gema Insani, 2011

Yusuf Qaradhawi, *Norma dan etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997

Ziko Hamdi, *Analisis Penetapan Tingkat Harga Produk Murabahah pada Bank Aceh Syariah Banda Aceh.* Skripsi yang tidak dipublikasikan, Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2012

Adi W, *Kolektor Pusaka Aceh:* (https://www.bandaacehtourism.com), diakses tanggal 8 Juni 2018.

## DAFTAR WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah Toko Mas Keuchik Leumiek?
2. Bagaimana gambaran umum proses penetapan harga emas di Toko Mas Keuchik Leumiek?
3. Apa saja kelebihan dari produk-produk yang dijual oleh pihak Toko Mas Keuchik Leumiek sehingga memiliki perbedaan dengan Toko Mas yang lainnya?
4. Apa saja nilai-nilai yang mempengaruhi harga emas yang dijual?
5. Apa saja prinsip Toko Mas Keuchik Leumiek dalam melakukan usaha?
6. Siapa yang membuat produk perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek?
7. Bagaiamana bentuk selisih harga pada perhiasan yang dijual kembali di Toko Mas Keuchik Leumiek?
8. Bagaimana bentuk nilai estetika pada penetapan harga emas di Toko Mas Keuchik Leumiek?
9. Bagaimana pertanggungan resiko atas wanprestasi produk gagal yang dihasilkan oleh Toko Mas Keuchik Leumiek?
10. Bagaimana peran pemerintah dalam mengatur harga emas khususnya di Banda Aceh?
11. Bagaimana bentuk perbandingan harga emas di Toko Mas yang lain?
12. Bagaimana peran pihak Tokok Mas Keuchik Leumiek dalam menanggapi terjadinya inflasi di suatu daerah?

**KEMENTERIAN AGAMA RI**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

Banda Aceh, 05 Juli 2017

Nomor : UIN.01/PS.HES/28/2017
Lamp : -
Hal : ***Mohon Menjadi Konsultan***

Kepada Yth.,
Bapak/Ibu
Dosen ***Fakultas Syariah dan Hukum***
di-
Tempat

Ketua Prodi HES Fakultas Syariah dan Hukum memohon kesedian Bapak/Ibu untuk menjadi konsultan proposal skripsi mahasiswa HES Tahun Akademik 2016/2017 mulai sebelum seminar proposal sampai siap untuk di SK-kan.

Perlu disampaikan bahwa setelah seminar, Bapak/Ibu ditetapkan sebagai salah seorang pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.

| No | Nama | NIM | Konsultan | Ket |
|---|---|---|---|---|
| 1. | M. Amir Rais | 140102067 | Dr. H. Nasaiy Aziz, MA | |
| 2. | Alfata | 140102070 | H. Mutiara Fahmi, Lc., MA | |
| 3. | Mahya Al Izzah | 140102108 | Dra. Rukiah M.Ali, M.Ag | |
| 4. | Mayliza | 140102049 | Dr. Khairani, M.Ag | |
| 5. | Novita Desi | 140102054 | Dr. Muhammad Siddiq, MH | |
| 6. | Dara Lidia | 140102004 | Syarifuddin Usman, S.Ag., M.Hum | |
| 7. | Eva Mufdalifa | 140102183 | Syuhada, S.Ag., M.Ag | |
| 8. | Asdi Marni | 140102066 | Rahmat Effendy Siregar, S.Ag., MH | |
| 9. | Rahmat Ibrahim | 140102139 | Edi Yuhermansyah, LLM | |
| 10. | Rizkaul Hasanah | 140102015 | Arifin Abdullah, S.HI., MH | |
| 11. | Ulfa Khairurrahmah | 140102018 | Ihdi Karim Makinara, S.HI, SH., MH | |

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Note :
*Bapak/ibu diberikan waktu 1(satu) minggu untuk menyelesaikan proses konsultasi proposal skripsi.*

Prodi HES
Fakultas Syariah dan Hukum
Ketua,

**Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si**
NIP. 197109021997031001

**KEMENTERIAN AGAMA RI**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
**UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**
**Nomor: 262 /Un.08/FSH/PP.00.9/01/2018**

***TENTANG***

**PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA**

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.

Mengingat :
1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Operasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

***MEMUTUSKAN***

Menetapkan :

Pertama : MenunjukSaudara (i) :
a. Dr. H. Nasaiy Aziz, MA — Sebagai Pembimbing I
b. Mumtazinur, S.IP., MA — Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :

Nama : Muhammad Amir Rais
NIM : 140102067
Prodi : HES
Judul : Analisis Mekanisme Penetapan Harga Pada Pembuatan Emas Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Toko Emas Keucik Leumiek)

Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2018;

Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 18 Januari 2018
***Dekan,***

Khairuddin

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

| | |
|---|---|
| Nama | : Muhammad Amir Rais |
| Tempat, TanggalLahir | : Banda Aceh, 31 Juli 1994 |
| Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| Agama | : Islam |
| Kebangsaan | : Indonesia |
| Pekerjaan/NIM | : Mahasiswa / 140102067 |
| Status | : Belum Kawin |
| No HP | : 082360130187 |
| E-mail | : muhammadamirrais354@gmail.com |
| Alamat | : Jl. Cut Apa Main, no 5, Gp. Lamseupeung, Kec. Lueng Bata, Banda Aceh. |
| Data Orang Tua | |
| Nama Ayah | : Razali Ismail |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |
| Nama Ibu | : Zuraiya |
| Pekerjaan | : PNS |
| Alamat | : Jl. Cut Apa Main, no 5, Gp. Lamseupeung, Kec. Lueng Bata, Banda Aceh. |
| Riwayat Pendidikan | |
| SD | : MDN 110 Percontohan |
| SMP | : Gontor 1 Ponorgo |
| SMA | : Gontor 3 Kediri |
| PerguruanTinggi | : Fakultas Syari'ah dan Hukum, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Tahun Ajaran 2014 s/d 2018 |

Banda Aceh, 28 Juli 2018

M Amir Rais