

**PENAIKAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA  
PANTAI LHOKNGA MENURUT PANDANGAN  
FIQH MUAMALAH**

**SKRIPSI**



Diajukan Oleh:

**M. AULIA**

**Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum**

**Prodi Hukum Ekonomi Syariah**

**NIM : 121209420**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH  
1438 H/2017 M**

**PENAIKAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA  
PANTAI LHOKNGA MENURUT PANDANGAN  
FIQH MUAMALAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Program Sarjana (S.1) dalam Ilmu Hukum Islam

Oleh:

**M. AULIA**

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah  
NIM: 121209420

Disetujui untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I,



**Dr. Khairani, M.Ag**  
NIP: 197312242000032001

Pembimbing II,



**Edi Yuhermansyah, LLM**  
NIP: 198401042011011009

**PENAIKAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI  
LHOKNGA MENURUT PANDANGAN  
FIQH MUAMALAH**

**SKRIPSI**

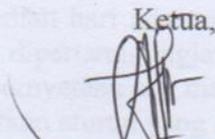
Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus  
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program  
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Hukum Islam

Pada Hari/Tanggal:

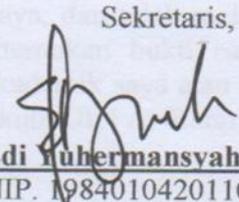
Senin, 31 Juli 2017 M  
8 Dzulqaidah 1438 H

di Darussalam-Banda Aceh  
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

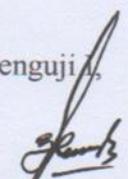
Ketua,

  
**Dr. Khairani, M.Ag**  
NIP. 197312242000032001

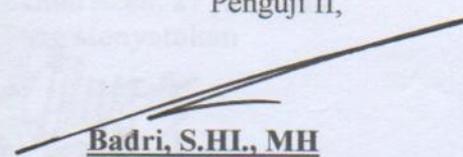
Sekretaris,

  
**Edi Yuhermansyah, LLM**  
NIP. 198401042011011009

Penguji I,

  
**Drs. H. Buyhanuddin A. Gani, MA**  
NIP. 195712311985121001

Penguji II,

  
**Badri, S.HI., MH**  
NIP. 1984010420110110099

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Darussalam-Banda Aceh

  
**Dr. Khairuddin, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 197309141997031001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS SYARIAH 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. Aulia  
NIM : 121209420  
Prodi : HES  
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 manipulasi 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, 27 Juli 2017

Yang Menyatakan  
  
(M. Aulia)  


## ABSTRAK

Nama : M. Aulia  
Nim : 121209420  
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/ Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi : Penaikan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai  
Lhoknga Menurut Pandangan Fiqh Muamalah  
Lulus dengan Nilai :  
Tebal Skripsi : 71 halaman  
Pembimbing I : Dr. Khairani, M.Ag  
Pembimbing II : Edi Yuhermansyah, LLM  
Kata kunci : Harga, objek wisata, keuntungan, fiqh muamalah

Penaikan harga dan pengambilan keuntungan yang tinggi di suatu objek wisata memang bukan sesuatu yang aneh atau asing lagi bagi masyarakat sekarang, bahkan oleh sebagian orang sudah dianggap sesuatu yang wajar. Sesuatu yang dianggap sudah wajar oleh sebagian masyarakat belum tentu itu dibenarkan oleh Islam. Islam sangat menekankan nilai keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktifitas pasar, khususnya harga. Nabi menghimbau agar dalam akad jual beli, harga disesuaikan dengan yang berlaku di pasaran. Penelitian ini berusaha mengkaji apa saja yang menjadi faktor penyebab penaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga, bagaimana perhitungan keuntungan/laba di objek wisata pantai Lhoknga, dan bagaimana pandangan *fiqh* muamalah terhadap penaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga. Penulis menggunakan pendekatan *deskriptif analisis*, berusaha memberikan gambaran yang jelas, mendalam, sistematis, dan faktual. Berdasarkan hasil kajian ditemukan faktor penyebab penaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga adalah karena beban biaya perawatan pondok/kedai dan anggapan pedagang terhadap lokasi objek wisata berbeda dengan tempat lain. Mekanisme penaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga tidak dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran. Adapun penaikan yang terlampau tinggi dan penurunan harga terhadap konsumen lokal tidak dibenarkan karena tidak sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Rasulullah saw menganjurkan agar setiap pedagang dalam menjalankan bisnisnya senantiasa berpegang kepada sifat-sifat terpuji, hal ini bukan hanya menguntungkan bagi bisnisnya, tetapi juga memiliki konsekuensi *religi*us. Dalam kaitan tersebut, penulis juga menyarankan agar sebaiknya pedagang membuat daftar harga makanan agar konsumen dapat mengetahui harganya sebelum melakukan pembelian. Hal ini untuk menghindari kekecawaan para konsumen yang berakibatkan kepada tidak adanya saling ridha dalam jual beli.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul **“Penaikan Harga Makanan Di objek Wisata Pantai Lhoknga Menurut Pandangan Fiqh Muamalah”**. Skripsi ini diselesaikan dalam rangka memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Syari’ah UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAWserta para sahabat, tabi’in dan para ulama yang senantiasa berjalan dalam risalah-Nya, yang telah membimbing umat manusia dari alam kebodohan ke alam pembaharuan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis turut menyampaikan ribuan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. Khairani, M.Ag selaku pembimbing I beserta Bapak Edi Yuhermansyah, LLMelaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Ar-Raniry Bapak Dr. Khairuddin S.Ag., M.Ag.
3. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah (HES) serta Penasehat Akademik Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si, dan kepada seluruh dosen yang ada di prodi HES yang telah banyak membantu.
5. Seluruh Staf pengajar dan pegawai di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Pedagang yang ada di kawasan objek wisata pantai Lhoknga yang telah sudikiranya memberi data dan meluangkan waktunya untuk di wawancarai
7. Kepada kepala perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum serta seluruh karyawannya, kepala perpustakaan UIN Ar-Raniry beserta seluruh karyawannya, kepala perpustakaan Pasca Sarjana UIN Ar-Raniry beserta

seluruh karyawannya, dan juga kepada kepala perpustakaan Wilayah beserta seluruh karyawan yang telah memberikan pinjaman buku-buku yang menjadi bahan rujukan dalam penulisan skripsi ini.

8. Ucapan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada keluarga tercinta yang selalu memberi motivasi dan doa untuk selalu semangat dalam menyelesaikan kuliah.
10. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan HES'12, Nur Aina Fakhрина, Zahrul Aini, Wan Satria Adilla, Haris Sarja, Irfandi, Rifainur dan kawan-kawan USC yang lainnya, yang telah selalu bersama dari awal kuliah hingga di akhir dan selalu saling memberi semangat dalam melewati hari-hari di kampus.

Semoga Allah Swt selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Di akhir tulisan ini, penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangannya. Penulis berharap penulisan skripsi ini bermanfaat terutama bagi peneliti sendiri dan juga kepada para pembaca semua. Maka kepada Allah jualah kita berserah diri dan meminta pertolongan. Amin

Banda Aceh, 11 Juli 2017

Penulis

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط		t dengan titik di bawahnya
2	ب	b		17	ظ		z dengan titik di bawahnya
3	ت	t		18	ع	'	
4	ث		s dengan titik di atasnya	19	غ	g	
5	ج	j		20	ف	f	
6	ح		h dengan titik di bawahnya	21	ق	q	
7	خ	kh		22	ك	k	
8	د	d		23	ل	l	
9	ذ		z dengan titik di atasnya	24	م	m	
10	ر	r		25	ن	n	
11	ز	z		26	و	w	
12	س	s		27	ه	h	
13	ش	sy		28	ء	'	
14	ص		s dengan titik di bawahnya	29	ي	y	
15	ض		d dengan titik di bawahnya				

### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fat ah</i>	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fat ah dan ya</i>	ai
◌َ و	<i>Fat ah dan wau</i>	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ / ا	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	
◌ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	
◌ُ ي	<i>Dammah dan waw</i>	

Contoh:

قال : *q la*

رمى : *ram*

قيل : *q la*

يقول : *yaq lu*

#### 4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta *marbutah* ( ) hidup

Ta marbutah ( ) yang hidup atau mendapat harkat *fat ah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* ( ) mati

Ta marbutah ( ) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* ( ) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* ( ) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال : *rau ah al-a f l / rau atul a f l*

○ المدينة المنورة : *al-Mad nah al-Munawwarah /  
al-Mad natul Munawwarah*

طلحة : *al ah*

#### **Catatan:**

Modifikasi

1. Nama orang 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 ditransliterasikan. Contoh: Tasawuf, bukan Tasawuf.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>

### **BAB SATU PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Penjelasan Istilah .....	7
1.5. Kajian Pustaka .....	8
1.6. Metodologi Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Pembahasan.....	14

### **BAB DUA HARGA DAN LABA DALAM JUAL BELI PADA *FIQH* MUAMALAH**

2.1. Pengertian Harga.....	16
2.2. Mekanisme Pasar .....	19
2.3. Konsep Harga yang Adil.....	31
2.4. Metode Penetapan Harga .....	36
2.5. Pengertian Laba/Keuntungan.....	38
2.6. Etika Pengambilan Laba/Keuntungan .....	40

### **BAB TIGA PENAIKAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI LHOKNGA DAN PANDANGAN *FIQH* MUAMALAH**

3.1. Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Lhoknga.....	48
3.2. Faktor-faktor Penyebab Penaikan Harga Makanan .....	51
3.3. Pengambilan Laba atau Keuntungan .....	54
3.4. Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Lhoknga .....	55

3.5. Pandangan Fiqh Muamalah Terhadap Penaikan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Lhoknga .....	62
--	----

**BAB EMPAT PENUTUP**

4.1. Kesimpulan .....	66
4.2. Saran .....	67

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB SATU

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia butuh terhadap orang lain, ketersaling membutuhkan antara satu orang dengan orang lain menimbulkan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban ini mesti diatur dalam suatu kaidah-kaidah atau hukum guna untuk menghindari terjadinya bentrokan antar sesama, hukum yang mengatur tentang hak dan kewajiban tersebut didalam Islam dikenal dengan hukum muamalah atau *fiqh* muamalah.

Adapun pengertian *fiqh* muamalah, sebagaimana dikemukakan oleh Abdullah al-Sattar Fathullah Sa'id yang dikutip oleh Nasrun Haroen dan dikutip lagi oleh Abdullah Rahman Ghazaly dkk, yaitu "hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan, misalnya dalam persoalan jual beli, utang-piutang, kerjasama dagang, perserikatan, kerjasama dalam penggarapan tanah, dan sewa-menyewa".<sup>1</sup>

Salah satu interaksi muamalah yang cukup penting dan yang lazim terjadi di dalam masyarakat adalah jual beli. Jual beli secara umum dapat di artikan adalah proses tukar menukar kepemilikan sesuatu dengan sesuatu yang sama-sama bermanfaat, atau dapat juga dikatakan pertukaran antara suatu barang dengan uang.

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*, cet. Ke-1 (Jakarta: kencana, 2010), hlm. 4.

Menurut Sayyid Sabiq, jual beli ialah “pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan”. Atau “memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.<sup>2</sup>

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur’an dan sunnah Rasulullah saw. Diantaranya yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 Allah berfirman :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”...

Dasar jual beli yang terdapat dalam sunnah diantaranya adalah hadits yang diriwayatkan oleh Rifa’ah ibn Rafi’ :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ  
بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَ الْحَاكِمِ)

Artinya: “Rasulullah saw. ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang tidak ada unsur penipuan”. (HR. Al-Bazzar dan Hakim).<sup>3</sup>

Islam telah menetapkan sejumlah aturan hukum dalam jual beli seperti rukun, syarat, jual beli yang objeknya dibolehkan dan jual beli yang terlarang. Jual beli harus di dasarkan pada saling rela/ridha diantara kedua belah pihak. Islam melarang jual

<sup>2</sup> Ibid., hlm. 67.

<sup>3</sup> Ibnu Hajar al-Asq lani, *Bulughul Maram dan Dalil-dalil hukum*, (Jakarta: Gema Insani, 2013), hlm. 329.

beli yang mengandung ketidak jelasan (*gharar*), penipuan (*tadlis*), pemaksaan, dan kecurangan-kecurangan yang lain yang dapat merugikan sebelah pihak dan memberi keuntungan pada pihak lain.

Dalam hal penetapan harga, Islam menyerahkan pada harga yang berlaku dipasar. Harga yang dibentuk oleh pasar memiliki dua sisi, yakni permintaan dan penawaran. Harga yang dibentuk murni berdasarkan permintaan dan penawaran dan tidak ada batas minimal maupun batas maksimal dalam penetapan harga. Pada waktu-waktu tertentu, harga pasar menghasilkan harga yang fluktuatif atau tidak mencerminkan harga yang sesungguhnya.<sup>4</sup>

Dalam hal ini, yang akan penulis teliti adalah terkait jual beli makanan di objek wisata Pantai Lhoknga. Makanan adalah bahan, biasanya berasal dari hewan atau tumbuhan, yang dimakan oleh makhluk hidup mendapatkan tenaga dan nutrisi. Cairan yang dipakai untuk maksud ini sering disebut minuman, tetapi kata ‘makanan’ juga bisa dipakai.<sup>5</sup>

Makanan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah jenis makanan pabrikan yang diperjual belikan di warung-warung (kedai) yang terdapat di kawasan objek wisata Pantai Lhoknga. Jenis makanan tersebut dapat berupa makanan ringan, seperti kacang-kacangan dalam bungkusan, biskuit, dan makanan kemasan lainnya. Termasuk juga minuman, seperti air mineral, air bersoda dan air dalam kemasan botol atau kaleng.

---

<sup>4</sup> Sunaryo, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. Ix.

<sup>5</sup> <https://id.m.wikipedia.org/wiki/makanan>, diakses pada tanggal 1 Maret 2016.

Pantai Lhoknga adalah salah satu objek wisata yang terdapat di kabupaten Aceh Besar tepatnya di desa Mon Ikeun kecamatan Lhoknga. Berjarak berkisar 20 kilometer (km) atau sekitar kurang lebih 30 menit perjalanan darat dari Kota Banda Aceh, Ibukota Provinsi Aceh. Lokasinya tepat berada di pinggir jalan nasional Banda Aceh-Meulaboh.

Menurut pengamatan penulis, terjadi kenaikan harga makanan pada objek wisata ini yang tidak sama dengan harga pada umumnya atau harga pasaran. Kenaikan harga bisa jauh berbeda dari harga pasaran. Jika dihitung dari modal pembelian, maka penjual dapat memperoleh keuntungan yang besar. Sebagai contohnya adalah harga air minineral yang pada tataran harga pasaran hanya berkisar Rp. 3000,- bisa naik menjadi berkisar Rp. 5000,- .

Penaikan harga pada objek wisata Pantai Lhoknga tidak didasarkan pada hukum yang berlaku dalam ekonomi, yaitu hukum permintaan dan penawaran. Akan tetapi penaikan harga makanan lebih didasarkan pada tempat, karena dipandang sebagai tempat wisata, maka dinaikan harga-harga makanan dari harga pasaran sesuai dengan keinginan penjual. Hal ini oleh pengunjung dianggap terlalu mahal dan kurang menerima terhadap harga yang diberikan.<sup>6</sup> Bagi pengunjung/pembeli yang baru pertama kali datang ke objek wisata Pantai Lhoknga merasa terkejut dengan harga makanan yang ditetapkan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Muhajirin, pengunjung pantai Lhoknga, tanggal 24 Maret 2016.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Zahara, pengunjung pantai Lhoknga, tanggal 24 Maret 2016.

Dalam pengambilan keuntungan/laba dalam jual beli, secara khusus tidak ada dalil yang mengatur atau menjelaskannya. Akan tetapi, oleh sebagian para ulama memberikan batasan-batasan atau etika dalam mencari laba/keuntungan.

Dalam pandangan Wahbah al-Zuhaili keuntungan yang berkah (baik) adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal.<sup>8</sup> Ibnu Arabi mengatakan, bahwa tidak boleh mengambil keuntungan terlalu besar. Beliau mengkatagorikan hal tersebut dengan orang yang makan harta orang lain dengan jalan yang tidak benar, di samping itu juga masuk dalam katagori penipuan. Karena dalam pandangan beliau, hal itu bukanlah tabarru' (pemberian sukarela) juga bukan mu'awadhah (tukar menukar), karena pada biasanya dalam mu'awadhah tidak sampai mengambil laba terlalu besar.<sup>9</sup>

Penaikan harga dan pengambilan keuntungan yang tinggi di suatu objek wisata memang bukan sesuatu yang aneh atau asing lagi bagi masyarakat sekarang, bahkan oleh sebagian orang sudah dianggap sesuatu yang wajar. Akan tetapi menurut penulis, sesuatu yang dianggap sudah wajar oleh sebagian masyarakat belum tentu itu dibenarkan oleh Islam. Karena kebanyakan orang, khususnya di dalam berdagang, duluan berbuat daripada ada ilmunya, dalam hal ini adalah ilmu berdagang yang sesuai dengan ketentuan Islam.

Islam memiliki prinsip-prinsip yang ketat dalam melakukan perdagangan, seperti larangan melakukan penipuan, ketidak jelasan (*gharar*), penimbunan, menjual

---

<sup>8</sup> [www.kabarumat.com](http://www.kabarumat.com), *Etika Mengambil Laba Dalam Islam*, Diakses Pada Tanggal 28 Maret 2016, Jam 23.43.

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

barang-barang haram, diskriminasi harga, menzalimi salah satu pihak, dan mencari keuntungan yang terlalu tinggi.

Islam sangat menekankan nilai keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktifitas pasar, khususnya harga. Rasulullah saw. menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan para konsumen.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan menyusunnya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Penaikan Harga Makanan Di Objek Wisata Pantai Lhoknga Menurut Pandangan *Fiqh* Muamalah”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi faktor penyebab kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga?
2. Bagaimana pengambilan laba/keuntungan jual beli makanan di objek wisata Pantai Lhoknga?
3. Bagaimana pandangan *fiqh* muamalah terhadap mekanisme kenaikan harga makanan di objek wisata Pantai Lhoknga?

---

<sup>10</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, cet. ke-5 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 353.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak ingin penyusun capai dari penelitian inia adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab dinaikannya harga pada objek wisata Pantai Lhoknga.
2. Untuk mengetahui sistem perhitungan pengambilan keuntungan di objek wisata Pantai Lhoknga.
3. Untuk mengetahui pandangan *fiqh* muamalah terhadap mekanisme kenaikan harga makanan pada objek wisata Pantai Lhoknga.

### 1.4. Penjelasan Istilah

Berikut adalah beberapa istilah yang digunakan di dalam karya ilmiah ini:

#### 1. Penaikan Harga

Perkataan “penaikan harga” terdiri dari dua kata, yaitu “penaikan” dan “harga”. Kata “penaikan” memiliki kata dasar yaitu “naik” yang diawali dengan awalan “pe” dan diakhiri dengan kata “an”. Kata “naik” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti bergerak ke atas atau ke tempat yang lebih tinggi. Sedangkan “penaikan” merupakan proses, cara, atau perbuatan menaikkan.<sup>11</sup>

Sementara itu untuk kata “harga” mempunyai arti nilai suatu barang yang ditentukan dengan uang, kehormatan, mengindahkan, memperhatikan dan sebagainya.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> [www.kbbi.web.id/naik](http://www.kbbi.web.id/naik), diakses pada hari senin tanggal 04 September 2016..

<sup>12</sup> K. Dani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Putra Harsa, 2002), hlm. 176.

## 2. Makanan

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok hidup manusia karena dari makanan manusia mendapatkan zat-zat gizi yang dibutuhkan tubuh. Zat gizi dibutuhkan tubuh untuk pertumbuhan, mempertahankan dan memperbaiki jaringan tubuh, mengatur proses dalam tubuh dan menyediakan energi bagi fungsi tubuh.<sup>13</sup>

## 3. Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat, lokasi atau segala sesuatu yang bisa dikunjungi untuk agenda wisata. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), objek wisata adalah perwujudan ciptaan manusia, seni budaya, tata hidup, keadaan alam, hingga sejarah yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

## 4. Fiqh Muamalah

Muamalah secara harfiah berarti “pergaulan” atau hubungan antar manusia. Dalam pengertian harfiah yang bersifat umum ini, muamalah berarti perbuatan atau pergaulan manusia dalam menjalin hubungan antar sesama manusia. Adapun *fiqh muamalah* adalah fiqh yang mengatur hubungan antar individu dalam sebuah masyarakat.

### 1.6. Kajian Pustaka

Dalam mengkaji permasalahan dalam kajian ilmiah, maka perlu adanya beberapa referensi yang dianggap layak untuk menjustifikasi masalah yang sedang

---

<sup>13</sup> Haris dan Karmas, *Evaluasi Gizi Pada Pengolahan bahan Makanan*, (Bandung: ITB, 1989), hlm. 70.

dikaji. Secara khusus, tulisan yang berkenaan dengan topik yang dibahas, belum ada yang bisa dianggap menyamai dengan judul tulisan yang sedang dikaji. Diantara skripsi yang menjelaskan tentang harga dalam perspektif Islam adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Muflikhatul hidayat yang berjudul “Penentuan Harga Jual Beli dalam Ekonomi Islam”. Skripsi ini membahas tentang penentuan harga dalam transaksi jual beli yang biasa terjadi di kalangan masyarakat dengan menggunakan analisis ekonomi Islam. Dalam skripsi ini masalah yang timbul adalah bagaimanakah cara penentuan harga dalam kegiatan jual beli menurut ekonomi Islam.

Skripsi yang di tulis oleh Baihaqi yang diterbitkan oleh Fakultas syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry tahun 2014 dengan judu “Mekanisme Penetapan Harga Gas Elpiji Pada Distributor Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pangkalan Cot Irie Aceh Besar). Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana metode penetapan harga penjualan gas elpiji yang di lakukan terhadap pangkalan Cot Irie dan sekitarnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, tingginya harga gas elpiji di pangkalan Cot Irie disebabkan oleh permainan harga yang dilakukan oleh pedagang gas elpiji dikarenakan kekosongan terhadap pemasokan tabung gas dan terjadi banyak permintaan tabung gas yang melebihi kuota dan tidaktahuan pembeli terhadap eceran tertinggi harga gas elpiji sehingga pangkalan menaikkan harga dengan sendirinya demi memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, padahal sudah ada harga eceran tertinggi pada distributor untuk setiap pangkalan.

Skripsi khairul Umuri, “Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Pakaian jadi di Pasar Aceh”, diterbitkan oleh Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam tahun 2013. Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana metode harga penjualan pakaian jadi di Banda Aceh dan bagaimana metode penetapan harga pakaian jadi di Banda Aceh. Dalam skripsi ini di jelaskan bahwa transaksi jual beli pakaian jadi harus memenuhi ketentuan hukum Islam agar dapat terwujud nilai-nilai keadilan, sehingga kemaslahatan antara penjual dan pembeli dapat tercapai.

Skripsi yang ditulis oleh Aida Fitri, mahasiswi Jurusan Syariah Muamalah Wal Iqtishad Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tentang *Sistem Penetapan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Dimana penulis meneliti bagaimana ekonomi Islam mengatur tentang penetapan harga dan melihat bagaimana campur tangan pemerintah dalam melakukan penetapan harga apabila terjadi ketidaksempurnaan pasar. Dalam skripsinya penulis mengatakan ada dua bentuk penetapan harga menurut perspektif ekonomi Islam yaitu ada yang dibolehkan dan ada yang diharamkan. Pada bentuk penentuan harga yang terdapat kezaliman didalamnya, diharamkan untuk dilakukan. Bentuk lainnya adalah harga adil dan inilah yang dibolehkan pelaksanaannya. Harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang sama-sama saling meridhai. Penetapan harga menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Mengenai campur tangan pemerintah dalam penetapan harga menurut ekonomi Islam, maka jika perlu pasar (penjual dan pembeli) tidak bisa, menjamin kestabilan harga dan harga yang terjadi merugikan salah satu pihak dalam pasar tersebut (penjual dan pembeli) tidak bisa menjamin kestabilan harga dan harga yang terjadi merugikan salah satu pihak dalam pasar tersebut (penjual dan pembeli), pemerintah dapat turun tangan dengan cara mengeluarkan kebijakan-kebijakan langsung yang mempengaruhi pasar untuk menjaga kesinambungan perniagaan dalam kehidupan masyarakat serta mengontrol harga pasar. Pemerintah mempunyai tanggung jawab dalam menindak pelaku pasar yang cenderung merusak dengan menghapus praktek penimbunan barang, pembajakan, pasar gelap, dan sejenisnya. Ia menggunakan metode penelitian dekriptif yaitu metode yang dilakukan dengan cara menjelaskan atau menggambarkan tentang penetapan harga dalam ekonomi Islam.

### **1.7. Metodologi Penelitian**

Dalam meneliti suatu masalah sudah lazimnya harus menggunakan metode-metode. Metodologi penelitian mempelajari cara-cara melakukan pengamatan dengan pemikiran yang tepat secara terpadu melalui tahapan-tahapan yang disusun secara ilmiah untuk mencari, menyusun, serta menganalisis dan menyimpulkan data-data, mengembangkan dan menguji kebenaran sesuatu pengetahuan.<sup>14</sup> Oleh karena itu, untuk kesempurnaan skripsi ini penyusun menggunakan metode-metode sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 2.

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis yaitu metode yang meneliti suatu kondisi, suatu pemikiran atau suatu peristiwa pada masa sekarang ini, yang bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.<sup>15</sup>

Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan realita yang terjadi di lapangan dalam hal ini adalah kenaikan harga makanan di objek wisata Pantai Lhoknga.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan objek penelitian yang akan diteliti, selanjutnya menganalisa hasil penelitian tersebut dengan menggunakan prinsip-prinsip dalam *fiqh* muamalah.

### 3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah pendekatan normatif, yaitu suatu pendekatan hukum yang digunakan untuk mengkaji data dengan menggunakan kaidah-kaidah hukum Islam (*fiqh mu'amalah*) yang sesuai dengan al-Qur'an, hadis, ataupun pendapat para ulama.

### 4. Metode *Library Research*

Pada penelitian ini digunakan metode kepustakaan (*Library Research*) untuk menjawab permasalahan penelitian. Metode ini digunakan untuk membina literatur

---

<sup>15</sup> M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63.

dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, usaha ini dilakukan untuk memperoleh kerangka teori.<sup>16</sup>

#### 5. Metode *Field Research*

Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan jenis penelitian lapangan (Field Research). Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penyusun mengadakan penelitian lapangan yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung untuk mendalami masalah yang dibahas.

##### 1.7.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan pengambilan sampel melalui observasi, *interview*, dan

#### 1. Observasi

Metode ini digunakan untuk melakukan pengamatan secara langsung pada lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian dan mencatat secara sistematis kejadian-kejadian atau fenomena yang penyusun teliti.

#### 2. Wawancara (*Interview*)

Penyusun mengumpulkan data dengan cara melakukan komunikasi secara langsung dengan narasumber atau responden yang dapat mewakili dalam pengambilan data sesuai yang dibutuhkan. Adapun yang akan

---

<sup>16</sup> Abdullah Ali, *Trilogi Riset*, (Cerebon: Biro Riset dan Badan Penerbit Fak. Tar IAIN Sunan Gunung Jati) Cet. Ke-1 hal. 27 (Dalam Skripsi Malikul Shaleh, terbitan Fak. Dakwah IAIN Ar-Raniry, 2007).

menjadi responden atau yang akan penulis wawancarai adalah 10 orang pedagang makanan yang ada di kawasan objek wisata Pantai Lhoknga.

### 3. Kuesioner (Angket)

Dalam pengumpulan data, penulis juga menggunakan angket, yaitu dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Adapun yang menjadi responden adalah para konsumen atau wisatawan di objek wisata pantai Lhoknga dengan jumlah 50 orang responden.

#### 1.7.2. Analisis Data

Setelah semua data yang dibutuhkan mengenai Peningkatan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Lhoknga Menurut Pandangan *Fiqh* Muamalah, selanjutnya penulis akan mengadakan pengolahan data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan metode yang bersifat *deskriptif* analisis yaitu metode yang menyajikan suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual dengan penyusunan akurat.<sup>17</sup>

## 1.8. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyusunan skripsi ini akan diuraikan sistematika pembahasan yang terbagi dalam empat bab dan terdiri dari sub bab.

---

<sup>17</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 28.

Bab satu yaitu pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas tentang harga dan keuntungan/laba dalam Islam. Terdiri atas pembahasan tentang pengertian harga, pengaruh mekanisme pasar terhadap harga, konsep harga yang adil, dan metode penetapan harga, pengertian laba/keuntungan, dan etika pengambilan laba/keuntungan dalam Islam.

Bab tiga yaitu kenaikan harga makanan di objek wisata Pantai Lhoknga dan pandangan *fiqh* muamalah. Bab ini terdiri atas pembahasan tentang gambaran umum objek wisata Pantai Lhoknga, faktor-faktor penyebab kenaikan harga makanan, pengambilan laba/keuntungan, tanggapan konsumen atau wisatawan terhadap harga makanan kemasan di objek wisata pantai Lhoknga, serta pandangan *fiqh* muamalah terhadap kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga.

Bab empat merupakan bab penutup dari keseluruhan pembahasan skripsi yang berisi kesimpulan dan beberapa saran-saran penulis yang menyangkut permasalahan yang dibahas.

## **BAB DUA**

### **HARGA DAN LABA DALAM JUAL BELI PADA FIQH MUAMALAH**

#### **2.1. Pengertian Harga**

Termasuk unsur terpenting dalam jual beli merupakan nilai tukar dari barang yang dijual (untuk zaman sekarang adalah uang). Terkait dengan masalah nilai tukar ini, para ulama fiqh membedakan *ats-tsaman* dengan *al-tas'ir*. Menurut mereka, *ats-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan *al-tas'ir* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen, atau harga awal pada barang sebelum pedagang menjual barangnya kepada konsumen.<sup>1</sup>

Harga menurut *kamus Besar Bahasa Indonesia* adalah nilai barang yang di tentukan atau dirupakan dengan uang. Harga secara umum merupakan suatu kompensasi hak yang telah diberikan penjual kepada konsumen atas barang yang diperjualbelikan.<sup>2</sup> Dalam bahasa Inggris disebut *price* atau harga, yang dalam bahasa arab disebut dengan *qayyimah*.<sup>3</sup>

Harga (*saman*) dalam jual beli 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 suatu proses yang berjalan atas dasar gaya

---

<sup>1</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 118-119.

<sup>2</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) hlm. 209 dan 340.

<sup>3</sup> Ahmad Sunario, *Kamus al-Fikr* (Surabaya: Halim Jaya, 2012), hlm. 86.

tarik menarik antara konsumen dan produsen, baik dari pasar barang ataupun faktor-faktor produksi. Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu.<sup>4</sup>

Para ahli ekonomi sering kali mengartikan harga dalam pengertian yang lebih luas untuk menunjukkan apa saja, uang maupun barang, yang harus dibayarkan. Namun, yang hendaknya diingat adalah bahwa bukan hanya barang saja yang memiliki harga. Uang, misalnya, yang bukan barang dan bukan pula jasa, juga memiliki harga, yakni nilai tukarnya dengan mata uang negara lain.<sup>5</sup>

Harga juga merupakan nilai dan *utility*, dan merupakan konsep yang paling berhubungan. Adapun yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen.<sup>6</sup> Harga timbul karena berbagai pembeli yang berlainan bersedia untuk membayar harga yang berlainan untuk barang yang sama atau karena salah seorang pembeli bersedia membayar jumlah uang berlainan untuk unit yang berlainan dari barang yang sama.

Menurut Rahmat 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

---

<sup>4</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2005), hlm. 209.

<sup>5</sup> Suherman Rosyidin, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 289-290.

<sup>6</sup> Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV. Alfabate, 2005), hlm. 169.

berakad.<sup>7</sup> Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan antara penjual dan pembeli atas suatu transaksi baik itu barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh para pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Sekarang ini ekonomi tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Definisi di atas memberikan arti bahwasanya harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, dan juga pengertian harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>8</sup>

Harga juga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, 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. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu:

---

<sup>7</sup> Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka setia, 2000), hlm. 87.

<sup>8</sup> Richard G. Lipsey, *Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), hlm. 76.

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa dalam suatu transaksi jual beli yang mereka lakukan.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai factor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai factor produk atau manfaatnya secara objektif. Dengan adanya harga, konsumen sudah mengetahui tingkat kualitas terhadap suatu barang, semakin barang itu mahal bertanda barang itu semakin berkualitas.<sup>9</sup>

## 2.2. Mekanisme Pasar

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, disebutkan bahwa pasar adalah tempat orang berjual beli.<sup>10</sup> Sedangkan menurut istilah, pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak

---

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hlm. 151.

<sup>10</sup> Departemen pendidikan dan kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 697 dan 651.

peradaban awal manusia.<sup>11</sup> Sedangkan menurut pendapat lain dalam kajian ekonomi, pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang di perdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, maka akan membentuk harga yang akan disepakati oleh keduanya.<sup>12</sup>

Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli, baik dalam suatu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Dalam sistem kapitalisme, pasar mempunyai peran utama dalam menggerakkan roda kehidupan ekonomi. Fluktuasi harga yang ada di dalamnya, menunjukkan betapa dinamika kehidupan ekonomi yang pada akhirnya dapat dijadikan sandaran untuk mengambil keputusan. Pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemashlahatan dan kesejahteraan hidup manusia.<sup>13</sup>

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, adanya

---

<sup>11</sup> Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 301.

<sup>12</sup> Supriyatno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 205.

<sup>13</sup> Robert L. Heilbroner, *Terbentuknya Masyarakat Ekonomi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982), hlm. 61.

transaksi pertukaran barang dan jasa didalam suatu perdagangan sehingga menjadi salah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar.<sup>14</sup>

Mekanisme pasar mempunyai peran yang cukup penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, khususnya dalam sistem kapitalisme. Namun, peran pengawasan dan intervensi pemerintah sangat terbatas. Dalam sosialisme, yang terjadi sebaliknya, mekanisme pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan langkah yang diambil oleh pemerintah. Dalam konsep ekonomi klasik (kapitalisme), pasar akan dapat merealisasikan tujuan yang ada, jika kondisi pasar dalam keadaan persaingan sempurna (*perfect competition*).

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme, dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar.<sup>15</sup> Dimana para pengusaha atau pemodal mengendalikan harga sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil *supply* dan *demand* yang ada dalam pasar tersebut, melainkan ketentuan dari para pemodal. Hal inilah yang kemudian berdampak pada minimnya persaingan sempurna, yang akhirnya persaingan pasar menjadi tidak sehat atau mandul.<sup>16</sup>

Akan tetapi berbeda dalam sistem ekonomi Islam. Dalam sistem ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan atas etika dan nilai-nilai syariah, baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun himbauan. Dengan kata lain, pasar yang

---

<sup>14</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIT Indonesia, 2003), hlm. 20.

<sup>15</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*, (Jakarta: Pustaka Asatrus, 2005), hlm. 106.

<sup>16</sup> Sa'id Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam ditengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), hlm. 77.

sesuai tuntunan syariah idealnya adalah pasar berbasis etika. Semua transaksinya sesuai dengan norma yang bersumber dari etika keuangan Islam, seperti adanya larangan atas *riba*, *gharar*, *qimar*, *maysir*, *ihtikar*, *najasy*, *dlarar*, dan sejenisnya.<sup>17</sup>

Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridha Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama disamping kesejahteraan individu.<sup>18</sup> Selain itu, ada faktor lain yang mendorong terbentuknya pasar yaitu, keinginan untuk meraih keuntungan (*profit*) yang merupakan faktor dominan bagi terbentuknya mekanisme pasar, seperti halnya investasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan manusia. Di dalam pasar, penjual dan pembeli dapat merealisasikan segala keinginannya dalam melakukan transaksi atas barang dan jasa.

Pasar merupakan bagian terpenting dalam kehidupan seorang muslim. Pasar dapat dijadikan katalisator hubungan transcendental manusia dengan tuhan. Dengan kata lain, bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Karena di dalam pasar terjadi sebuah hubungan yang saling membantu dalam hal pemenuhan hajat antara seorang muslim dengan muslim yang lainnya. Hal tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah ketika hijrah ke Madinah, yang mana beliau banyak pergi kepasar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

---

<sup>17</sup> Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 184.

<sup>18</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: pendekatan ekonomi makro dan konvensional*, (Yogya: Graha Ilmu, 2005), hlm. 50.

Berdasarkan kajian para ulama klasik tentang mekanisme pasar, Muhammad Nejatullah Shiddiqi, dalam buku *The Economic Enterprise in Islam*, menulis,

“Sistem pasar di bawah pengaruh semangat Islam berdasarkan dua asumsi, asumsi itu adalah rasionalitas ekonomi dan persaingan sempurna. Berdasarkan asumsi ini, sistem pasar di bawah pengaruh semangat Islam dapat dianggap sempurna. Sistem ini menggambarkan keselarasan antar kepentingan para konsumen.<sup>19</sup>

Ciri-ciri penting pendekatan Islam dalam mekanisme pasar adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

1. Penyelesaian ekonomi asasi-penggunaan, produksi dan pembagian dikenal sebagai tujuan mekanisme pasar,
2. Dengan berpedoman pada ajaran Islam, para konsumen diharapkan bertingkah laku yang sesuai yang menjadikan mekanisme pasar dapat mencapai tujuan yang dinyatakan di atas,
3. Jika perlu, campuran tangan negara dianggap sebagai unsur penting yang memperbanyak atau yang menggantikan mekanisme pasar, untuk memastikan agar tujuan ini benar-benar tercapai dengan persaingan yang sempurna.

Islam dalam masalah pasar mengakui tentang persaingan sempurna, karena asas teori Islam adalah persaingan yang sehat, bukannya persaingan yang mengandung monopoli seperti halnya dalam ekonomi kapitalis.

---

<sup>19</sup> Muhammad Nejatullah Shiddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (terj. Anas Sidik), (Jakarta: Bumi Aksara, 1964), hlm. 82.

<sup>20</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: pendekatan ekonomi..*, hlm. 91.

Berdasarkan teori klasik, persaingan sempurna adalah:

1. Jumlah produsen dan konsumen tidak tertentu batasnya.
2. Produk yang dihasilkan oleh produsen adalah “homogen” sebagai produksi satu produsen merupakan substitusi yang sempurna bagi hasil produksi produsen lain.
3. Memobilitas sumber-sumber daya secara bebas.
4. Setiap produsen bisa mendapatkan informasi pasar (harga yang berlaku) dengan cepat dan tepat (sempurna).<sup>21</sup>

Informasi merupakan hal penting karena merupakan dasar bagi pembuatan keputusan. Produsen berkepentingan untuk mengetahui seberapa besar permintaan pasar dan tingkat harganya, dan lain-lain sehingga dapat menawarkan barangnya secara akurat. Begitu juga dengan konsumen yang harus mengetahui tingkat harga pasar yang berlaku sehingga dapat menentukan permintaannya dengan akurat pula. Rasulullah telah melarang ketidaksempurnaan informasi, misalnya menghalangi transaksi pada harga pasar (*taqi rukhban*), mengambil keuntungan tinggi dengan memanfaatkan kebodohan konsumen (*ghaban fahisy*) dan sebagainya.<sup>22</sup>

Menurut konsep tersebut, pasar yang paling baik adalah pasar yang bersaing bebas (*free competition*), sedangkan harga di bentuk oleh kaedah *supply and demand*. Prinsip pasar bebas akan menghasilkan equilibrium dalam masyarakat, dimana

---

<sup>21</sup> Winardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 452-454

<sup>22</sup> Media Syari'ah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial, Vol. XIV No. 1 Januari-Juni 2012, hal. 343.

nantinya akan menghasilkan upah (*wage*) yang adil, harga barang (*price*) yang stabil dan kondisi tingkat pengangguran yang rendah (*full employment*).<sup>23</sup>

Prinsip-prinsip mekanisme pasar dalam Islam dibangun berdasarkan:<sup>24</sup>

1. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*free contract*). Hal ini sesuai dengan al-Qur'an surah an-Nisa' ayat 29 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa’: 29).

Dari ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi kriteria suatu transaksi yang hak dan sah adalah adanya unsur suka sama suka di dalamnya. Segala bentuk transaksi yang tidak terdapat padanya unsur suka sama suka, maka transaksi itu bathil, yang berarti memakan harta orang lain secara bathil.<sup>25</sup>

2. Berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Ihtikar

<sup>23</sup> Winardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, hlm. 452-453.

<sup>24</sup> Suud Fuadi, *Mekanisme Pasar Pengendalian Harga*, diakses pada tanggal 13/11/2016 dari situs: <http://fosimedia.web.id/jurnal/mechanisme-pasar-islami-dan-pengendalian-harga/>

<sup>25</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 190.

adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

Rasulullah saw bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh ad-Darimi:

أَخْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يُونُسَ ، عَنْ إِسْرَائِيلَ ، عَنْ عَلِيِّ بْنِ سَالِمٍ ، عَنْ عَلِيِّ بْنِ زَيْدِ بْنِ جُدْعَانَ ، عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيْبِ ، عَنْ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ ، عَنِ النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - ، قَالَ: الْجَالِبُ مَرْزُوقٌ ، وَالْمُحْتَكِرُ مَلْعُونٌ. (رواه الدارمي)

*Artinya : “Muhammad bin Yusuf mengabarkan kepada kami dari Isroil, dari Ali bin Salim, dari Ali bin Zaid bin Jud’an, dari Sa’id bin Al-Musayyab, dari Umar bin Khattab, dari Nabi saw, beliau bersabda : Orang yang mendatangkan barang dagangan mendapat rizki, sedangkan orang yang menimbun (barang dagangan) mendapatkan la’nat”. (HR. Ad-Darimi).<sup>26</sup>*

3. Kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.
4. Keterbukaan (*transparancy*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

---

<sup>26</sup> Imam ad-Darimi, *Sunan Ad-Darimi/Imam Ad-Darimi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 567

5. Prinsip kerja sama (*cooperation*). Prinsip transaksi didasarkan pada kerja sama yang saling menguntungkan dan solidaritas (persaudaraan dan saling membantu).

Konsep dan kaidah umum dalam sistem Ekonomi Islam, bertujuan untuk memotivasi bergairahnya kegiatan ekonomi melalui mekanisme pasar.<sup>27</sup> Profit bukanlah merupakan tujuan akhir dari kegiatan investasi ataupun bertransaksi. Dalam konsep profit, al-Jaziri menjelaskan: “Jual beli yang dilakukan oleh manusia bertujuan untuk mendapatkan profit, sumber kecurangan bisa berasal dari laba yang diinginkan, setiap penjual dan pembeli berkeinginan untuk mendapatkan laba yang maksimal, syariah tidak melarang adanya laba dalam jual beli, syariah juga tidak membatasi laba yang harus dihasilkan. Akan tetapi syariah melarang adanya penipuan, tindak kecurangan, melakukan kebohongan atas kebaikan barang, serta menyembunyikan aib yang terdapat dalam suatu barang.” (Abdurrahman Al-Jaziri: 1970).<sup>28</sup>

Penentuan harga dalam konsep Islam dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.<sup>29</sup> Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi atas rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan merasa keterpaksaan dalam pelaksanaan

---

<sup>27</sup> Sa'id Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di tengah Krisis...* hlm. 78.

<sup>28</sup> Adwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: IIIIt, 2002), hlm. 97.

<sup>29</sup> Adwarman A. karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, cetakan ke-3, Maret 2010), hlm. 152.

transaksi pada tingkat harga tertentu. Penjelasan tersebut diterangkan dalam al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29.

Ibnu Taymiyah menjelaskan mengenai mekanisme pertukaran, ekonomi pasar bebas, dan bagaimana kecenderungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun harga akan naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil. Hal ini terjadi karena pada masanya ada anggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan dari melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar.

Ibnu taimiyah berkata:

“Naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh kezaliman orang-orang tertentu. Sesekali alasannya adalah adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. Jika membutuhkan peningkatan jumlah barang sementara kemampuannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik, di sisi lain, jika kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaanya menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan ini bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu. Ia Bisa jadi disebabkan oleh sesuatu yang tidak mengandung kezaliman, atau terkadang, ia juga bisa disebabkan oleh kezaliman. Hal ini adalah kemahakuasaan Allah yang telah menciptakan keinginan di hati manusia.”<sup>30</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran di gambarkan sebagai peningkatan atau

---

<sup>30</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi...* hlm. 364.

penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah. Paparan ini menunjukkan bahwa Ibnu Khaldun sebagaimana Ibnu Taimiyah telah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu keseimbangan harga.

Al-Ghazali dalam kitab *Ihya 'Ulumuddin*, juga telah membahas secara detail peranan aktifitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran. Menurutnya, pasar merupakan bagian dari keteraturan alami. Walaupun al-Ghazali tidak menjelaskan permintaan dan penawaran dalam terminologi modern, beberapa paragraf dari tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan. Untuk kurva penawaran “yang naik dari kiri bawah ke kanan atas”, dinyatakan dalam kalimat, “apabila makanan-makanan itu luas dan banyak sedangkan orang-orang tidak

---

<sup>31</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...* hlm. 144.

membutuhkannya dan merasa tidak senang terhadapnya kecuali dengan harga yang sedikit”.<sup>32</sup> Dapat dipahami bahwa ketika barang melimpah maka harga akan rendah.

Pemikiran al-Ghazali tentang hukum *supply and demand*, untuk konteks zamannya cukup maju dan mengejutkan dan tampaknya dia paham betul tentang konsep elastisitas permintaan. Sebagaimana telah dikutip Adiwarmanto Karim dalam bukunya *Ekonomi Mikro Islami*, al-Ghazali mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah, akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan. Bahkan ia telah pula mengidentifikasi produk makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang elastis. Komentarnya, “karena makanan adalah kebutuhan pokok, maka perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong agar tidak semata-mata dalam mencari keuntungan.”<sup>33</sup>

Apapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku zalim dan menawarkan sesuatu yang haram. Jadi harga-harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga.

---

<sup>32</sup> Al-Ghazali, *Ihya 'Ulumuddin*, jilid III, terj. Mohd Zuhri, (Semarang: CV Asyasyifa, 1992), hlm. 242.

<sup>33</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islami...* hlm. 23.

### 2.3. Konsep Harga yang Adil

Prinsip-prinsip Islam yang tertera dalam al-Quran bersifat universal dan fundamental, maka ia berlaku untuk segala zaman dan tempat. Karena bersifat universal, maka prinsip-prinsip tersebut tidak terjabarkan secara rinci, tetapi hanya bersifat umum yang kemudian disebut pula prinsip-prinsip syari'ah.

Jadi dalam al-Qur'an tidak sampai menyebutkan kebijakan pasar tentang pasar daging, pasar gula, kecamban atau kebutuhan sehari-hari lainnya. Dalam hal yang berkaitan dengan aturan-aturan kebutuhan perorangan dan keseharian atau ketika kita berbicara tentang ekonomi, maka kita dipersilahkan untuk berijtihad dengan berpijak pada dalil-dalil al-Qur'an yang masih bersifat global tersebut dan perlu diperhatikan bahwa Islam mengajarkan masalah-masalah perekonomian dalam prinsip-prinsip ta'awun, tawazun dan adil. Prinsip keadilan ini antara lain dapat dilihat Q.S. An-Nisa': 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya : “sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (QS. An-Nisa': 58).*

Kalau prinsip keseimbangan dan keadilan ini dilaksanakan oleh pelaku ekonomi di pasar, maka masalah pemberian suatu harga juga akan tidak menjadi masalah dalam kehidupan perekonomian kita. Secara umum, tokoh-tokoh Islam

berpandangan bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang serupa. Oleh karena itu, mereka lebih mengenalnya sebagai harga yang setara (*tsaman al-mitsl*).<sup>34</sup> Inilah yang disebut tingkat keseimbangan pasar, dimana terjadi perpotongan antara kurva *supply* dan *demand* dalam keadaan '*an taraddhim minkum*. Dengan demikian dapat dilihat bahwa konsep harga yang adil telah ada di dalam yurisprudensi Islam sejak awal, namun belum mendapat perhatian khusus karena belum disinggung secara lebih spesifik.

Transaksi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga. Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karena, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula dengan harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau malah terpaksa tetap melakukan transaksi dengan mengalami kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Adanya harga yang adil telah menjadi prinsip dan pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan bagi pihak tertentu, sehingga menyebabkan meruginya salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga

---

<sup>34</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran...* hlm. 354.

harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualan yang secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya.

Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyyah adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Ada dua tema yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibnu Taimiyyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil (*'iwad al-mitsl*) dan harga yang setara/adil (*tsaman al-mitsl*). Dia berkata “kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*nafs al-'adl*)”.<sup>35</sup>

*Iwadh al-mitsl* adalah penggantian yang sama yang merupakan nilai harga sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, di sinilah esensi dari keadilan. Adapun *tsaman al-mitsl* adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.<sup>36</sup>

Harga yang setara didefinisikan sebagai harga baku, dimana penduduk menjual barang-barang mereka, dan harga yang berlaku merefleksikan nilai tukar

---

<sup>35</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran...* hlm. 210.

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm.210.

yang setara dengan barang tersebut, diterima secara umum, dan berlangsung pada waktu dan tempat tertentu. Oleh karena itu, harga yang dijalankan atas dasar penipuan bukanlah harga yang setara melainkan harga yang curang. Hal ini menandakan bahwa harga yang setara haruslah merupakan harga yang kompetitif tanpa unsur penipuan.

Keadilan yang dikendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain atau menguntungkan satu pihak, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman antara sesamanya.

Konsep Ibnu Taimiyah tentang kompensasi yang adil dan harga yang adil, memiliki dasar pengertian yang berbeda. Permasalahan tentang kompensasi yang adil muncul ketika membongkar masalah moral atau kewajiban hukum (berkaitan dengan kepemilikan barang). Dalam mendefinisikan kompensasi yang setara, Ibnu Taimiyah berkata “yang dimaksud dengan kesetaraan ialah kuantitas dari objek khusus dalam penggunaan secara umum (*urf*) dan berkaitan dengan nilai (*rate/si'r*) serta kebiasaan”. Lebih dari itu, ia menambahkan “evaluasi yang benar terhadap kompensasi yang adil didasarkan atas analogi dan taksiran dari barang tersebut dengan barang lain yang setara (*equivalen*). Inilah yang benar-benar adil diterima dalam penggunaannya”.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Aidul Fajri, *Jual Beli dengan Penundaan Penetapan Harga Menurut Perspektif Fiqh Muamalah (studi kasus pada kilang padi di mukim piyeung kecamatan montasik)*, hlm. 31.

Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal balik dan hubungan-hubungan lain diantara anggota masyarakat. Pada konsep harga yang adil, pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan, tidak ada diantara mereka yang merasa dirugikan.

Keadilan bagi pihak penjual, Ibnu Taimiyah menggunakan contoh apabila seseorang yang diperintahkan oleh agama untuk membeli barang-barang tertentu, seperti membeli peralatan ibadah haji, pembeli harus membelinya dengan harga yang setara. Ia tidak boleh membelinya hanya karena mahal harganya, karena penjual menjual barangnya dengan harga yang adil, dan dengan harga yang sudah umum atau sesuai dengan harga pasar. Oleh karena itu, pembeli harus lapang dada membeli barang tersebut jika suatu barang mahal harganya (naik) disebabkan oleh pengaruh *supply* dan *demand*, maka pihak pembeli tidak merasa dirugikan dan pemerintah tidak boleh melakukan intervensi terhadap harga tersebut.<sup>38</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Yang zalim, itulah yang diharamkan dan yang adil, itulah yang dibolehkan. Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama.”<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran...* hlm. 211.

<sup>39</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 257.

Sasaran utama dari adanya konsep harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam perekonomian. Tujuannya adalah 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.

#### **2.4. Metode Penetapan Harga**

Dalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan, tergantung 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 memperhitungkan 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 sebaliknya dengan harga terlalu rendah menyebabkan kerugian

terhadap kegiatan usaha. Penetapan harga harus benar-benar diperhitungkan, termasuk dalam menetapkan besarnya keuntungan yang diperlukan. Penentuan harga dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, penetapan harga dengan cara menentukan persentase keuntungan dan penetapan harga dengan cara menghitung biaya produksi secara keseluruhan.<sup>40</sup>

#### 1. Dengan menentukan keuntungan

Penetapan harga jual dari hasil produksi pada hakikatnya dihitung dengan cara menjumlahkan biaya produksi atau harga pokok pembelian barang per unit serta beban biaya tetap per unit dan menentukan besarnya jumlah keuntungan yang diinginkan. Dalam menentukan biaya produksi sebagai ukuran untuk menentukan harga jual dari hasil produksi yang dihasilkan, dihitung dengan melakukan perhitungan dari seluruh komponen biaya dari masing-masing produk yang dihasilkan.

#### 2. Dengan Anggaran Biaya Produksi

Penetapan harga melalui perhitungan komponen biaya dihitung melalui seluruh biaya (*total cost*) yang dibebankan untuk produk tersebut. Untuk menentukan biaya per unit dari produk yang dihasilkan dapat dihitung dari 3 jenis biaya. Antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya bahan baku adalah biaya bahan yang dikeluarkan untuk memproduksi sejumlah barang sesuai dengan jumlah produksi yang direncanakan. Besarnya jumlah bahan baku yang diperkirakan berdasarkan pada rencana penjualan, akan dapat

---

<sup>40</sup> Yacop Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 112.

diketahui secara pasti tentang jenis dan jumlah bahan baku akan dihitung jumlah biaya baik dalam satu bulan maupun dalam satu tahun dan jumlah ini dibagi dengan jumlah produksi. Jumlah ini adalah harga pokok produksi dari segi bahan baku.

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan terhadap tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan produksi. Perhitungan upah tenaga kerja langsung ada yang didasarkan pada upah per unit produksi, upah per jam kerja, dan upah yang didasarkan pada banyaknya produk yang dihasilkan. Pemilihan salah satu cara dalam pembayaran upah tergantung pada jenis produk dan jenis proses produksi serta kebijaksanaan pimpinan dalam pembayaran upah.

Biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya listrik, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, biaya asuransi, dan biaya-biaya lainnya di luar biaya bahan mentah dan upah tenaga kerja langsung.

## **2.5. Pengertian Laba/ Keuntungan**

Istilah ‘keuntungan’ dalam penulisan ini adalah sinonim dengan istilah ‘laba’ (Indonesia), *profit* (Inggris) dan *rih* (Arab). Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia, ‘laba’ adalah keuntungan atau hasil dari penjualan; manfaat, guna.<sup>41</sup> sedangkan menurut Al-Mushlih dan Ash-Shawi, laba adalah selisih lebih hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikannya sebagai selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan, yakni harga

---

<sup>41</sup> EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, Cet. 3, (Semarang: Difa Publishers, 2008), hlm. 505.

barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan yang tersembunyi.<sup>42</sup>

Dalam kamus Ekonomi Uang & Bank, *'profit'* didefinisikan sebagai kelebihan pendapatan atas total biaya. Profit bisa juga diartikan kelebihan harga jual atas harga produk.<sup>43</sup> Raghieb Al-Ashafani dalam *Mufradaatul Alfaadz al-Qur'an* mendefinisikan *'ribh'* dengan *'ziyaadatu al-haasilah fie al-mubaaya'ah'* atau tambahan pendapatan dalam perdagangan.<sup>44</sup>

Laba menurut ilmu ekonomi modern merupakan pertumbuhan atas nilai jual barang atau jasa sebagai proses pembelanjaan atau secara lebih tegas, laba adalah perbedaan antara nilai jual dengan nilai beli suatu barang dagangan. Laba dihitung berdasarkan perkiraan proses kegiatan yang terjadi dalam suatu produk, jumlah penggunaan biaya, jasa dan segala kegiatan yang berhubungan dengan produksi. Menurut Yusuf Qardhawi, *al-ribh* (keuntungan) yaitu tambahan harga barang yang diperoleh pedagang antara harga pembelian dan penjualan barang yang diperdagangkannya.<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup> Al-Mushlih, Abdullah & Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Daarul Haq, 2004), hlm. 78.

<sup>43</sup> Sudarsono & Edilius, *Kamus Ekonomi Uang dan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm. 224.

<sup>44</sup> Zulfan, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Mekanisme Laba Te' Dalam Pelelangan Ikan di TPI Jangka Buya Kabupaten Pidie Jaya (Analisis terhadap penetapan harga lelang dan laba antar mugee)*, (Penerbit: Pustaka Syariah UIN Ar-raniry, 2014), hlm. 43.

<sup>45</sup> Ida Fitriatna, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, (Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2012), hlm. 81.

## **2.6. Etika Mengambil Keuntungan dalam Islam**

Banyak cara yang dapat ditempuh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, misalnya berdagang (berniaga). Berdagang merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Di samping itu, juga menjadi sarana yang dapat mendekatkan seorang hamba terhadap Tuhannya. Dimana, berniaga dapat membantu sesama saudara yang membutuhkan barang komoditas.

Dalam berniaga, tentu yang menjadi prioritas utama adalah mendapatkan keuntungan atau laba. Namun, terkadang seseorang lupa akan etika jual-beli, sehingga memiliki kecenderungan untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan pihak konsumen (pembeli). Padahal tujuan jual-beli sesungguhnya bukan semata-mata murni mencari keuntungan atau laba, namun juga membantu saudara yang sedang membutuhkan.

Kecenderungan untuk mengambil laba setinggi mungkin pada biasanya dilakukan pada momen-momen tertentu. Semisal hari raya 'idul fitri, tahun baru, hari natal, dan seremonial yang lain, semisal pengajian, konser, dan lain-lain. Pada hari-hari inilah, para penjual dengan berbagai alasan, menaikkan harga barang tanpa kenal kompromi. Tak ayal, para konsumen pun banyak yang mengeluh.

Islam tidak melarang mencari keuntungan atau laba. Sebagaimana dibolehkannya jual beli maka mencari keuntungan pun dibolehkan dengan cara yang telah ditentukan oleh syariat, bukan dengan cara riba. Keuntungan hanya bagi usaha dan jual beli yang diperkenankan Islam yaitu bentuk usaha yang bermanfaat secara

ekonomi. Tetapi riba bukan usaha, melainkan keuntungan yang diperoleh atas uang tanpa adanya risiko, selain itu juga uang tidak dapat menghasilkan laba/keuntungan.

Permasalahan laba sudah menjadi objek kajian para fuqaha sejak dahulu hingga masa sekarang. Para fuqaha telah membahas mengenai khiyar dalam jual beli menetapkan bahwa dalam jual beli terjadi penawaran harga yang bersifat menindas atau keji (*ghubun al-fahisy*) dan ada juga *ghubun yasir* (sederhana). Walaupun para fuqaha membahas mengenai *ghubun*, akan tetapi mereka mengaitkannya dengan laba. Seorang penjual hendaknya tidak mengambil keuntungan yang menindas pembeli dengan cara menetapkan atau menawarkan harga yang tinggi melampaui harga pasar. Imam Ahmad menetapkan tidak ada batasan yang tegas dalam nas terhadap *ghubun* tersebut. Abu Bakar dan Ibnu Abi Musa membatasinya  $\frac{1}{3}$  dan ini pendapat Imam Malik, karena  $\frac{1}{3}$  itu banyak, bila melebihi maka hal itu akan digolongkan kepada *ghubun al-fahisy*. Hal itu didasarkan pada hadits Nabi tentang wasiat yang tidak boleh melebihi  $\frac{1}{3}$  harta peninggalan. Sebagian ulama ada juga yang menetapkan  $\frac{1}{6}$ . Di samping itu, ada juga pandangan yang membiarkan tradisi (*'urf*) atau pelaku pasar yang menentukan keuntungan. Pembatasan tersebut karena laba adalah penambahan terhadap harta yang akan mengurangi hak si pembeli dengan cara yang batil.<sup>46</sup>

Dalam pandangan Wahbah al-Zuhaili, pada dasarnya, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga, pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Hanya saja, menurut

---

<sup>46</sup> Ida Fitriatna, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, hlm. 82-83.

beliau keuntungan yang berkah (baik) adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal.<sup>47</sup>

Ibnu Arabi juga memberikan komentar tentang batasan pengambilan laba sebagai konsep penetapan harga. Menurut beliau, penetapan laba harus memperhatikan pelaku usaha dan pembeli. Oleh karena itu, pelaku usaha boleh menambah laba yang akan berakibat makin tingginya harga. Sedangkan pembeli juga diperkenankan untuk membayar lebih dari harga barang yang dibelinya.<sup>48</sup>

Beliau juga mengatakan, bahwa tidak boleh mengambil keuntungan terlalu besar. Beliau mengategorikan hal tersebut dengan orang yang makan harta orang lain dengan jalan yang tidak benar, di samping itu juga masuk dalam kategori penipuan. Karena dalam pandangan beliau, hal itu bukanlah *tabarru'* (pemberian sukarela) juga bukan *mu'awadhah* (tukar-menukar), karena pada biasanya dalam *mu'awadhah* tidak sampai mengambil laba terlalu besar.

Pendapat Ibnu Arabi ini sama dengan pendapat yang dikemukakan Imam Malik bin Anas. Dalam pandangan Imam Malik, pelaku usaha atau pedagang pasar tidak boleh menjual barangnya di atas harga pasaran. Mengingat, mereka juga harus memperhatikan kemaslahatan para pembeli. Sedangkan menjual barang dengan harga di atas harga pasaran (normal) akan mengabaikan kemaslahatan pembeli. Bahkan, dalam hal ini beliau memberikan peringatan dengan sangat tegas. Kalau sekiranya ada

---

<sup>47</sup> <http://cyberdakwah.com/2014/09/etika-mengambil-laba-dalam-islam/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2016.

<sup>48</sup> *Ibid*

pedagang (di pasar) menjual di luar harga pasaran, maka harus dikeluarkan dari pasar tersebut.

Sedangkan menurut sebagian ulama dari kalangan Malikiyyah membatasi maksimal pengambilan laba tidak boleh melebihi sepertiga dari modal. Mereka menyamakan dengan harta wasiat, di mana Syari' membatasi hanya sepertiga dalam hal wasiat. Sebab wasiat yang melebihi batas tersebut akan merugikan ahli waris yang lain. Begitu pula laba yang berlebihan akan merugikan para konsumen (pembeli). Oleh sebab itu, laba tertinggi tidak boleh melebihi dari sepertiga.<sup>49</sup>

Nasr bin Yahya menetapkan kadar laba yang wajar dalam transaksi perdagangan yaitu 1/20 terhadap hasil-hasil perdagangan, 1/10 untuk barang jenis hewan dan 1/5 untuk benda-benda tetap. Seorang pedagang muslim tidak dibenarkan mengambil laba yang melampaui harga pasar, karena hal itu merupakan penganiayaan bagi para pembeli. Para ulama mengemukakan hendaknya penjual tidak mengambil laba yang menindas pembeli, tetapi laba yang diambil adalah laba yang wajar dan adil.

Ibn Taymiyah mengakui gagasan tentang hak atas keuntungan dan hak penjual. Ia menganjurkan, mereka berhak memperoleh keuntungan yang diterima secara umum (*al-rihb al-ma'rif*) tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya. Dalam pandangannya mengenai harga yang adil, Ibn Taymiyah juga mengemukakan keuntungan, keuntungan yang adil atau keuntungan yang setara adalah keuntungan normal yang secara umum diperoleh dari berbagai macam modal

---

<sup>49</sup> *Ibid.*

perdagangan, tanpa saling merugikan. Ia tidak menyetujui tingkat dasar keuntungan yang tidak biasa, bersifat eksploitatif (*ghubun fahisy*) atau situasi di mana masyarakat tidak peduli pada kondisi pasar yang ada (*murtasil*).<sup>50</sup>

Islam memang tidak memberikan standarisasi pasti terkait pengambilan laba dalam jual beli. Kendatipun begitu, sepantasnya bagi seorang muslim untuk tidak mendhalimi sesama muslim yang lain dengan mengambil keuntungan terlalu besar. Harga yang sangat mahal karena keuntungan yang diambil sangat besar tentu sangat memberatkan kepada pihak pembeli. Dalam hal ini, tidak akan ada istilah tolong menolong yang sedari awal sangat diwanti-wanti oleh Islam. Islam tidak melarang untuk mengambil keuntungan, namun dalam batas kewajaran.

Islam mengajarkan agar dalam berusaha hanya mengambil yang halal dan baik, karena Allah swt telah memerintahkan kepada seluruh manusia untuk mengambil segala sesuatu yang halal dan baik dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan, dengan mengambil yang tidak halal dan tidak baik. Oleh karena itu perilaku ekonomi harus selalu mengacu pada ketentuan-ketentuan yang dibenarkan *syara'*. Semua ketentuan tersebut digariskan agar setiap individu dalam melakukan kegiatannya dapat selaras dengan nilai-nilai yang terdapat dalam al-Qur'an dan sunnah.

Dalam ekonomi Islam pengambilan keuntungan harus memenuhi unsur yang adil, yang mana kebolehan pengambilan keuntungan terhadap bisnis harus didasarkan pada aspek keadilan, sehingga membawa kemanfaatan untuk semua pihak. Lawan

---

<sup>50</sup> Ida Fitriatna, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, hlm. 83-84.

dari ketidakadilan adalah tindakan yang merugikan manusia, dengan demikian adil adalah nilai yang berlaku dalam kehidupan sosial dalam masyarakat.

Nilai yang adil merupakan pusat orientasi dalam interaksi antar manusia. Jika keadilan dilanggar, maka akan terjadi ketidakseimbangan dalam kehidupan. Sebab, suatu pihak akan dirugikan atau disengsarakan, walaupun yang lain memperoleh keuntungan. Tetapi keuntungan sepihak itu hanya akan berlaku sementara waktu. Jika sistem sosial rusak karena keadilan sudah dilanggar, maka seluruh masyarakat akan mengalami kerusakan yang dampaknya akan menimpa semua orang.

Menurut Ibnu khaldun, keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah, akan membuat lesu perdagangan, karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya apabila pedagang mengambil keuntungan yang tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan, karena lemahnya permintaan konsumen.<sup>51</sup>

Ibnu Khaldun menegaskan bahwa laba harus sesuai dengan ketentuan harga dasar suatu barang. Ketetapan ini hendaknya secara sederhana, sebab harga yang rendah membawa laba secara terus menerus, sementara harga yang tinggi dapat mengurangi daya pembeli yang pada akhirnya akan terjadi kelambanan pengembalian modal.

Seorang pengusaha muslim tidak mencari keuntungan maksimum untuk menumpuk kekayaan. Imam al-Ghazali mengemukakan sebagaimana yang dikutip oleh Ida Fitriatna dalam bukunya *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*,

---

<sup>51</sup> Ibnu khaldun, *Muqaddimah*, (terj. Ahmad Taha), (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000), hlm 421.

bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan yang selanjutnya dapat meningkatkan volume penjualan dan selanjutnya dapat meningkatkan keuntungan. Al-Ghazali juga menegaskan bahwa motif perdagangan adalah mencari keuntungan, tetapi juga harus diperhatikan kepentingan-kepentingan konsumen.<sup>52</sup> Ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebihan untuk menjadi motivasi pedagang, namun menurut Ghazali, keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak.

Ibnu Taimiyah sama sekali tidak menyetujui praktek penjualan yang menipu pembeli yang tidak mengetahui perkembangan harga pasar. Ia pun mencela perilaku penjual yang menaikkan harga barang terhadap calon konsumen yang dalam keadaan sangat membutuhkan barang. Menurutny, penjual hendaknya tidak sekedar melihat jumlah besar keuntungan yang akan diperolehnya, melainkan juga memperhatikan cara-cara memperoleh keuntungan tersebut sehingga keuntungan yang berlipat-lipat itu diperolehnya. Ini berarti, keuntungan sebagai tujuan penjualan barang sebenarnya bukanlah hal yang teramat penting, tetapi yang penting adalah proses memperoleh keuntungan itu sendiri.

Di kalangan fuqaha' telah ada ketentuan bahwa penawaran (*al-Ghubun*) ditolerir dengan batas maksimal sepertiga dari harga pembelian atau pokok, sedangkan jika melebihi 1/3 dianggap *ghubun* yang buruk yang tidak boleh dilakukan, dengan didasarkan pada hadits tentang wasiat.

---

<sup>52</sup> Ida Fitriatna, *Konsep Laba dalam Ekonomi Islam*, hlm. 82

Tirulah *mu'amalah* yang dilakukan Nabi, di mana beliau tidak jarang menyebutkan harga pokok barang agar konsumen (pembeli) tidak merasa rugi dan dipermainkan dengan harga.

## **BAB TIGA**

### **PENAIKAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI LHOKNGA DAN PANDANGAN *FIQH* MUAMALAH**

#### **3.1. Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Lhoknga**

Lhoknga adalah salah satu kecamatan yang terletak di dalam kabupaten Aceh Besar, provinsi Aceh. Di dalam kecamatan Lhoknga terdapat 4 kemukiman, yaitu kemukiman Lhoknga, kemukiman Lampuuk, kemukiman Lamlhom, dan kemukiman Kueh. Adapun jumlah desa yang terdapat di dalam kecamatan Lhoknga adalah sebanyak 28 desa dengan rincian 4 desa terdapat di dalam kemukiman Lhoknga, 5 desa di dalam kemukiman Lampuuk, 7 desa di dalam kemukiman Lamlhom, dan 12 desa di dalam kemukiman Kueh. Pusat kecamatan terletak di kemukiman Lhoknga

Lhoknga memiliki sumber daya alam yang berupa laut dan gunung. Kedua sumber daya ini menjadi salah satu sebagai sumber mata pencaharian masyarakat. Banyak warga masyarakat Lhoknga yang bekerja sebagai nelayan dan berkebun, selain di samping itu juga ada yang bekerja sebagai PNS, guru, pedagang, bekerja di perusahaan semen yang terdapat di dalam kecamatan tersebut, dsb.

Pantai Lhoknga adalah salah satu objek wisata yang terdapat di kecamatan Lhoknga tepatnya berada dalam kawasan kemukiman Lhoknga desa Mon Ikeun. Berjarak berkisar 20 kilometer (km) atau sekitar kurang lebih 30 menit perjalanan darat dari Kota Banda Aceh, Ibukota Provinsi Aceh. Lokasinya tepat berada di pinggir jalan nasional Banda Aceh-Meulaboh.

Pantai Lhoknga terkenal dengan pasir putihnya. Beragam karang putih dan keong dapat ditemukan di pasir pantai. Di pantai ini pengunjung dapat melakukan berbagai pilihan rekreasi, seperti berenang, berjemur, memancing, *snorkeling* dan berselancar. Ombak pantainya sangat cocok untuk berselancar, karena dapat mencapai ketinggian tiga meter. Khusus bagi pengunjung yang ingin berenang perlu mengetahui adanya zona terlarang dimana pusaran ombaknya terlalu berbahaya. Apabila tidak ada tanda tertulis tentang zona terlarang, pengunjung dapat bertanya kepada anggota penyelamat di tower pengawas atau kepada orang-orang yang berjualan di sekitar pantai. Bagi perempuan yang ingin berenang diharuskan mengenakan pakaian yang menutup aurat.

Objek wisata pantai Lhoknga ramai di kunjungi pada akhir pekan dan pada hari-hari libur nasional. Untuk pengelolaan pantai ini diserahkan kepada masing-masing desa yang terdapat di dalam wilayah kemukiman Lhoknga. Terdapat sekitar 40 kedai di dalam kawasan objek wisata pantai Lhoknga. Bagi para pedagang yang berjualan di kawasan pantai di bebaskan untuk membayar iuran sebesar Rp. 5000 per minggu kepada desanya masing-masing.<sup>1</sup>

Para pedagang yang terdapat di objek wisata pantai Lhoknga didominasi oleh masyarakat kemungkiman Lhoknga. Adapun sistem pengadaan barang, para pedagang akan membeli sendiri pada grosir terdekat dan termurah, hal ini

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Ibu Masyithah, Pedagang di objek wisata Pantai Lhoknga Pada tanggal 21 Januari 2017.

sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Asnawi salah seorang pedagang di objek wisata pantai Lhoknga.<sup>2</sup>

Pantai Lhoknga memiliki pemandangan yang sangat eksotis dan indah. Di sore hari suasana pantai lebih hening dan nyaman. Pengunjung dapat menyaksikan keindahan *sunset* yang penuh pesona. Sepanjang pantai terdapat kedai atau *café* dan pondok-pondok tempat duduk-duduk para pengunjung. Pedagang yang berjualan di sepanjang pantai ini pada umumnya adalah warga masyarakat kemukiman Lhoknga, mereka sudah berjualan rata-rata lebih dari lima tahun. Adapun makanan dan minuman yang dijual diantaranya adalah, indomie, ikan bakar, kacang-kacangan, kentang goreng, jagung bakar, makanan ringan dalam kemasan, kelapa muda, minumam dalam botol, kopi, dsb. Untuk fasilitas yang tersedia diantaranya pondok tempat bersantai atau istirahat, mushala, kamar mandi, ban untuk berenang dan papan selancar.

Objek wisata pantai Lhoknga buka setiap hari dari jam 08.00 sampai dengan jam 18.00 pengecualian pada hari jumat. Hari jumat mulai buka pada jam 15.00 sampai dengan jam 18.00. Namun demikian, pada hari jumat banyak pedagang yang tidak membuka usahanya.

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bpk. Asnawi, Pedagang di objek Pantai Lhoknga, Pada tanggal 21 Januari 2017.

### **3.2. Faktor-Faktor Penyebab Peningkatan Harga Makanan**

Secara umum, ada beberapa faktor yang menyebabkan naiknya harga makanan di pasaran, diantaranya karena faktor kebijakan pemerintah yang menaikkan bahan bakar dan energi, faktor spekulasi harga yang dilakukan para spekulan sehingga menyebabkan harga menjadi terdistorsi, dan juga disebabkan oleh faktor permintaan tinggi yang berlebihan. Selain itu juga, kenaikan harga juga bisa disebabkan oleh faktor buruknya pelayanan publik terutama sektor transportasi dan lokasi pasar yang jauh dari pemukiman konsumen.

Peningkatan harga yang terjadi di kawasan objek wisata pantai Lhoknga pada umumnya lebih dipengaruhi oleh lokasi tempat, hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh rata-rata responden. Pedagang beranggapan bahwa di kawasan objek wisata memiliki nilai lebih atau berbeda dari tempat-tempat biasanya. Penyebab peningkatan lainnya seperti yang dikatakan oleh Bachtiar adalah dipengaruhi oleh biaya perawatan kedai dan pondok-pondok, dimana pada musim tertentu mengalami kerusakan, seperti pada musim angin kencang dan hujan. Pondok-pondok di kawasan pantai Lhoknga kebanyakan terbuat dari kayu dan beratap terpal atau daun rumbia.<sup>3</sup>

Harga-harga yang berlaku ini sudah menjadi harga yang baku, apabila ada pedagang yang menjual dibawah harga tersebut maka akan diberikan teguran atau akan dipertanyakan oleh pedagang yang lain. Harga yang berlaku pada saat ini masih bisa berubah apabila harga-harga barang di pasaran mengalami kenaikan, dan Harga

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bachtiar, Pedagang di objek Wisata Pantai Lhoknga, Pada Tanggal 21 Januari 2017.

yang sudah ada ini berlaku untuk setiap hari dan setiap momentum, baik itu ketika saat ramai pengunjung ataupun tidak.<sup>4</sup>

Menurut bapak Ridwan, kenaikan harga yang terjadi di objek wisata pantai Lhoknga lebih dipengaruhi oleh persepsi para pedagang terhadap tujuan para pengunjung, karena pada umumnya tujuan pengunjung ke tempat wisata adalah untuk bersenang-senang, jadi tidak masalah kalau sedikit di naikkan harga makanan dan minuman, dan juga secara umum dan sudah menjadi suatu kebiasaan di masyarakat bahwa di tempat wisata sudah pasti mahal.<sup>5</sup>

Dari pendapat para responden tersebut dapat dipahami bahwa, kenaikan harga makanan di kawasan objek wisata Lhoknga sangat dipengaruhi oleh kawasan atau lokasi wisata dan *cost* pengeluaran pedagang sebagai biaya perbaikan dan perawatan tempat usaha mereka, dan juga disebabkan oleh faktor mengikuti harga yang berlaku di tempat wisata yang lain. Kenaikan harga ini berlaku untuk semua jenis makanan dan minuman yang diperjualbelikan di objek wisata pantai Lhoknga dan kenaikan harga tersebut tidak dipengaruhi oleh faktor permintaan yang tinggi.

Namun berbeda dengan harga yang diberikan kepada wisatawan lokal yang berasal dari Lhoknga dan sudah dikenal oleh pedagang, dari amatan penulis harga yang diberikan cenderung menurun dari harga yang sudah berlaku. Hal ini diakui oleh Muhammad Fajri salah seorang pedagang dikarenakan kedekatan dengan konsumen.

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Syukran Huzar, Pedagang di Objek wisata Pantai Lhoknga, Pada Tanggal 21 Januari 2017.

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ridwan, Pedagang di objek Wisata Pantai Lhoknga, Pada Tanggal 21 Januari 2017.

Tabel 3.1

**Daftar Perbandingan Harga Makanan dan Minuman Kemasan Di Objek Wisata Pantai Lhoknga Dan Tempat Lain Pada Umumnya**

NO	Jenis Makanan dan Minuman	Lokasi Wisata	Harga Pada Umumnya
1	Kacang Tojin	Rp. 2000	Rp. 1000
2	Kacang Kulit	Rp. 2000	Rp. 1000
3	Apollo Pandan	Rp. 2000	Rp. 1000
4	Tango	Rp. 2000	Rp. 1000
5	Aqua Sedang	Rp. 5000-6000	Rp. 3000
6	Aqua Besar	Rp. 8000-9000	Rp. 6000
7	Fanta Botol kecil	Rp. 8000	Rp. 5000
8	Sprite Botol kecil	Rp. 8000	Rp. 5000
9	Teh Botol	Rp. 7000	Rp. 5000
10	Air mineral gelas	Rp. 2000	Rp. 500-1000
11	Fruitea/ freshtea	Rp. 7000-8000	Rp. 5000
12	Coca-Cola	Rp. 8000	Rp. 5000

Sumber: *Data wawancara tanggal 21 Januari 2017*

Dari tabel 3.1 dapat kita lihat bahwa harga kacang tojin yang pada umumnya seharga Rp. 1000;- mengalami kenaikan pada objek wisata menjadi Rp. 2000;- . Bolu apollo pandan yang biasanya seharga Rp. 1000;- berubah menjadi naik Rp. 2000;- . Minuman fanta, sprite dan coca cola botol kecil yang pada harga pasaran hanya Rp. 5000;- menjadi Rp. 8000;- di kawasan objek wisata pantai Lhoknga. dari penjelasan ini, dapat di simpulkan bahwa terjadi perbedaan harga antara kawasan objek wisata pantai Lhoknga dengan yang bukan kawasan objek wisata. Perbedaan harga tersebut berkisar antara Rp. 1000;- sampai dengan Rp. 3000.

### 3.3. Pengambilan Laba atau Keuntungan

Laba atau keuntungan adalah sebagai kelebihan pendapatan atas total biaya. Kalangan ekonomi mendefinisikannya sebagai selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan, yakni harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan yang tersembunyi. Menurut Yusuf Qardhawi, *al-ribh* (keuntungan) yaitu tambahan harga barang yang diperoleh pedagang antara harga pembelian dan penjualan barang yang diperdagangkannya.<sup>6</sup>

Laba merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap pedagang. Keinginan untuk memperoleh keuntungan yang besar pada prakteknya telah membawa seseorang untuk melakukan berbagai macam cara tanpa memperhatikan pihak konsumen. Padahal tujuan dari jual beli bukan hanya semata-mata ingin memperoleh keuntungan atau laba, namun juga untuk menolong saudaranya yang sedang membutuhkan.

Penetapan harga mengikuti sebagai mana harga yang sudah berlaku secara umum dan seolah-olah sudah menjadi suatu kesepakatan yang secara sistematis di kalangan para pedagang. Begitu juga dengan besar kecilnya pengambilan keuntungan berdasarkan kepada kebiasaan yang sudah berlaku.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ida Fitriatna, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, (Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2012), hlm. 81.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Shalihin, Pedagang di Objek wisata Pantai Lhoknga, Pada Tanggal 21 Januari 2017.

Pengambilan keuntungan yang dilakukan oleh pedagang yang terdapat di objek wisata pantai Lhoknga rata-rata seratus persen ke atas dari harga modal pembelian. Hal ini dapat dilihat dari harga pembelian atau modal dengan harga penjualannya. Sebagai contohnya adalah modal dari satu bungkus kacang tojin seharga Rp. 800;- harga jualnya adalah Rp. 2000;- maka dapat kita simpulkan bahwa keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 1.200;-.

### **3.4. Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Makanan Kemasan di Objek Wisata Pantai Lhoknga**

Berikut ini adalah tanggapan konsumen terhadap harga makanan kemasan yang di perjualbelikan di kawasan objek wisata pantai Lhoknga. Jumlah sampel sebanyak 50 orang responden dari kalangan pengunjung atau konsumen. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling Insidental, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan penulis dan dipandang cocok untuk menjadi sumber data maka dapat di jadikan sebagai sampel.

**Tabel 3.2**  
**Jenis kelamin**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Laki-laki	31	62
b. Perempuan	19	38
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 31 orang atau sebesar 62% dari total keseluruhan. Adapun jumlah responden perempuan sebanyak 19 orang atau sebesar 38%. Total keseluruhan adalah 50 orang responden atau 100%. Dapat kita simpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dari responden perempuan.

**Tabel 3.3**  
**Umur**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. 20-25	20	40
b. 26-30	23	46
c. 31-35	5	10
d. 35>	2	4
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.4 dapat dilihat persentase responden berdasarkan umur. Frekuensi umur responden dari 20-25 tahun sebanyak 20 orang atau 40%, responden yang berumur 26-30 sebanyak 23 orang atau 46%, untuk yang berumur 31-35 sebanyak 5 orang atau 10% dan yang berumur 35 ke atas sebanyak 2 orang atau 4%. Dapat di simpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah yang berumur antara 26 sampai dengan 30 yaitu 46% dari jumlah keseluruhan.

**Tabel 3.4**  
**Status**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Mahasiswa	15	30
b. Bekerja	34	68
c. Tidak bekerja	1	2
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.5 dapat dilihat status responden yang “Mahasiswa” sebanyak 15 orang atau 30%, status reponden yang “Bekerja” sebanyak 34 orang atau 68% dan yang “Tidak bekerja” sebanyak 1 orang atau 2%. Total keseluruhan adalah 50 orang responden atau 100%. Jumlah responden yang berstatus bekerja mendominasi sebesar 68%.

**Tabel 3.5**  
**Asal daerah/alamat**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Aceh Besar	23	46
b. Banda Aceh	26	52
c. Dari luar Banda Aceh & Aceh Besar	11	22
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.6 dapat kita lihat asal daerah respoden. Responden yang berasal dari “Aceh Besar” sebanyak 23 atau 46%, dari “Banda Aceh” sebanyak 26 atau 52% dan yang berasal “Dari luar daerah Aceh Besar dan Banda Aceh” sebanyak 11 orang atau 22%.

Dari tabel ini dapat kita simpulkan bahwa, pengunjung yang datang ke objek wisata pantai Lhoknga didominasi oleh wisatawan lokal dari kabupaten Aceh Besar dan Banda Aceh.

**Tabel 3.6**  
**Berapa kali berkunjung ke pantai Lhoknga**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. 1 kali	3	6
b. 2 kali	1	2
c. 3 kali	2	4
d. Lebih dari 3 kali	44	88
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.7 dapat kita lihat bahwa responden yang baru berkunjung “1 kali” ke pantai Lhoknga sebanyak 3 orang atau 6%, yang sudah berkunjung sebanyak “2 kali” sebanyak 1 orang atau 2%, yang sudah berkunjung sebanyak “3 kali” 2 orang atau 4% dan yang berkunjung “Lebih dari 3 kali” sebanyak 44 atau 88%.

**Tabel 3.7**  
**Pendapat tentang harga-harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Biasa saja	8	16
b. Tidak mahal	4	8
c. Mahal	31	62
d. Sangat mahal	7	14
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.8 dapat dilihat pendapat responden terhadap harga-harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga. Responden yang menjawab “Biasa saja” sebanyak 8 orang atau 16%, yang menjawab “Tidak mahal” sebanyak 4 orang atau 8%, yang menjawab “Mahal” sebanyak 31 orang atau 62% dan yang menjawab sangat mahal sebanyak 7 orang atau 14%.

Dari tabel di atas kita simpulkan bahwa harga yang berlaku di kawasan objek wisata pantai Lhoknga oleh sebagian besar responden dianggap mahal. Pendapat ini didominasi sebanyak 62%.

**Tabel 3.8**  
**Sebelum membeli, apakah mengetahui harga-harga makanan yang berlaku di objek wisata pantai Lhoknga**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Ya, sudah	25	50
b. Belum	25	50
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.9 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menjawab “Ya, sudah” mengetahui harga-harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga sebelum melakukan pembelian sebanyak 25 orang atau 50% dan yang menjawab “Belum” mengetahui juga sebanyak 50 orang atau 50%. Dapat disimpulkan bahwa antara responden yang sudah mengetahui harga-harga makanan di pantai Lhoknga dengan yang belum mengetahui seimbang.

**Tabel 3.9**  
**Penyebab harga yang ditawarkan berbeda dengan  
 harga yang berlaku di pasaran**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Karena permintaannya tinggi	1	2
b. Karena terbatasnya jumlah barang	2	4
c. Karena jauh dari kota	6	12
d. Karena lokasi objek wisata	41	82
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Tabel 3.10 memberi informasi bahwa penyebab harga yang ditawarkan berbeda dengan harga di pasaran. Sebanyak 1 orang atau 2% menjawab karena “Permintaannya tinggi”, sebanyak 2 orang atau 4% menjawab “Karena terbatasnya jumlah barang”, selanjutnya yang menjawab “Karena jauh dari kota” sebanyak 6 orang atau 12% dan yang menjawab “Karena lokasi objek wisata” sebanyak 41 orang atau 82%.

**Tabel 3.10**  
**Menerima dengan harga yang ditawarkan**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Ya, menerima	16	32
b. Tidak menerima	4	8
c. Menerima dengan keterpaksaan	30	60
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.11 dapat dilihat bahwa 16 atau 32% responden menjawab “Ya, menerima”, 4 orang atau 8% menjawab “Tidak menerima” dan yang menjawab “Menerima dengan keterpaksaan” sebanyak 30 orang atau 60% responden.

Dari tabel data ini kita dapat melihat bahwa banyak responden yang melakukan transaksi di kawasan objek wisata pantai Lhoknga yang belum benar-benar ridha atau rela dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang di objek wisata pantai Lhoknga. Hal ini berakibatkan kepada tidak sahnya akad transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak.

**Tabel 3.11**  
**Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan**  
**pelayanan yang diberikan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Ya, sudah sesuai	25	50
b. Tidak sesuai	25	50
Jumlah	50	100

Sumber: *Data olahan kuesioner*

Dari tabel 3.12 dapat kita lihat bahwa responden yang menjawab “Ya, sudah sesuai” antara harga yang ditawarkan dengan pelayanan yang diberikan sebanyak 25 orang atau 50% dan yang menjawab “Tidak sesuai sebanyak 25 orang atau 50%”.

### **3.5. Pandangan *Fiqh* Muamalah terhadap Penaikan Harga Makanan Di Objek Wisata Pantai Lhoknga**

Seperti yang sudah di jelaskan di atas, bahwa yang menjadi faktor dinaikkan harga jual makanan di kawasan objek wisata pantai Lhoknga adalah dikarenakan oleh beban yang harus ditanggung oleh pedagang untuk biaya perawatan kedai dan pondok. Selain itu juga karena para pedagang beranggapan bahwa objek wisata memiliki nilai lebih atau beda dari kios atau kedai-kedai pada umumnya. Mekanisme penaikan harga di objek wisata pantai Lhoknga tidak berdasarkan kepada tingginya permintaan atau terbatasnya penawaran. Selain itu juga terjadi penurunan harga bagi konsumen lokal yang sudah dikenal oleh pedagang.

Dalam jual beli harus memenuhi ketentuan hukum Islam agar dapat mewujudkan nilai-nilai keadilan, sehingga kemaslahatan antara penjual dan pembeli dapat tercapai dengan sebaik-baiknya. Maka implikasinya antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bab dua halaman 27 dan seterusnya, penentuan harga dalam konsep Islam dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi atas rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan merasa keterpaksaan dalam pelaksanaan transaksi pada tingkat harga tertentu.

Ibnu Taimiyah mejelaskan kecendrungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap barang meningkat

sementara penawaran menurun harga akan naik, begitu sebaliknya. Sedangkan menurut Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter.

Imam al-Ghazali dalam mengaitkan harga dengan keuntungan. Bagi al-Ghazali, keuntungan merupakan kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan si pedagang. Artinya, harga bisa dipengaruhi oleh keamanan perjalanan, resiko, dsb.

Dalam ekonomi Islam juga dikenal dengan harga yang adil. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan bagi pihak tertentu, sehingga menyebabkan meruginya salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualan yang secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa praktek jual beli yang berlaku di objek wisata pantai Lhoknga masih jauh dari nilai-nilai etika bermualah secara Islam. Hal ini dapat dilihat dari kenaikan harga yang terlalu tinggi sehingga para konsumen merasa terpaksa dalam melakukan transaksi. Harga yang ditawarkan juga masih jauh dari konsep harga yang adil, karena belum ada kesesuaian antara harga yang diberikan dengan manfaat atau pelayanan yang diterima oleh konsumen. selain itu juga, terjadinya pemberian harga yang berbeda terhadap konsumen tertentu, hal ini secara pandangan fiqh muamalah merupakan suatu

tindakan yang menyalahi prinsip keadilan dimana salah satu prinsip yang sangat ditekankan di dalam muamalah secara Islami.

Islam adalah agama sempurna yang menitikberatkan pada masalah aqidah dan syariah. Sebagaimana ia menjelaskan hubungan antara Rabb dan hamba serta adab-adabnya, ia juga menjelaskan berbagai macam aturan hidup, termasuk di dalamnya muamalah dan sistem perekonomian. Khususnya jual beli, bagaimana ketika mereka di pasar, di toko dan lain-lainnya. Karena itu harus ada aturan yang adil, yang mengatur cara-cara muamalah dan jual beli. Meliputi jual beli yang dibolehkan dan yang tidak dibolehkan.

Rasulullah saw, menganjurkan agar setiap pedagang dalam menjalankan bisnisnya senantiasa berpegang kepada sifat-sifat terpuji. Hal ini bukan hanya menguntungkan bagi bisnisnya, tetapi juga memiliki konsekuensi religius. Rasulullah saw bersabda:

أَخْبَرَنَا قَبِيصَةُ، أَخْبَرَنَا سُفْيَانُ، عَنْ أَبِي حَمْزَةَ، عَنِ الْحَسَنِ، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ، عَنِ النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ -، قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ. (رواه الدارمي)

Artinya: *Qabishah mengabarkan kepada kami, Sufyan mengabarkan kepada kami dari Abu Hamzah, dari al-Hasan, dari Abu Sa'id, dari Nabi saw, beliau bersabda, "Pedagang yang jujur dan amanah akan berada di surga bersama para Nabi, syuhada dan orang-orang shaleh."* (HR. Ad-Darimi).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Imam ad-Darimi, *Sunan Ad-Darimi/Imam Ad-Darimi...* hlm. 564.

Dalam hadist lain Rasulullah saw mengatakan keutamaan seorang pedagang yang bersikap toleransi dalam bedagang. Rasulullah saw bersabda:

عَنْ عُثْمَانَ بْنِ عَمْرٍو قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - أَدْخَلَ اللَّهُ الْجَنَّةَ رَجُلًا كَانَ سَهْلًا؛ بَائِعًا وَمُشْتَرِيًا. (رواه ابن ماجة)

Artinya: *Dari Utsman bin Affan, Rasulullah saw bersabda, "Allah memasukkan ke dalam surga, seseorang yang bersikap mudah saat menjual dan membeli".*

(HR. Ibnu Majah).<sup>9</sup>

Dalam aktivitas jual beli, para pedagang dituntut untuk bersikap adil, baik (ikhlas), kerja sama (*ta'awun*), amanah, tawakal, *qana'ah*, sabar dan tabah. Para pedagang juga hendaknya memiliki ilmu tentang jual beli menurut Islam, supaya jualbelinya tidak sampai melanggar norma-norma muamalah dalam Islam, dan juga untuk bisa meraih keberkahan di dalam mencari rezeki.

---

<sup>9</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, (terj. Ahmad Taufiq Abdurrahman), (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 319.

## **BAB EMPAT**

### **PENUTUP**

#### **A. kesimpulan**

1. Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisis penulis maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang menjadi faktor penyebab kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga adalah sebagai berikut:
  - a. Lokasi objek wisata, pedagang menganggap objek wisata berbeda dengan tempat-tempat biasanya, sehingga anggapan ini berimbas kepada kenaikan harga-harga makanan.
  - b. Adanya beban yang harus ditanggung, seperti biaya perawatan dan perbaikan kedai dan pondok serta beban iuran yang harus diberikan setiap minggunya untuk desa tempat tinggal pedagang.
  - c. Faktor lainnya menurut penulis, mungkin untuk menutupi minimnya pendapatan pada hari-hari kerja, musim hujan dan angin kencang.
2. Dalam perhitungan keuntungan, pedagang mengikuti pada perhitungan keuntungan yang sudah biasa berlaku di objek wisata pantai Lhoknga. Pengambilan keuntungan yang tinggi mungkin saja dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga.

3. Setelah penyusun melakukan penelitian dan mengkaji tentang kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga menurut pandangan *fiqh* muamalah, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:
  - a. Mekanisme kenaikan harga makanan di objek wisata pantai Lhoknga tidak berdasarkan kepada teori permintaan dan penawaran. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat para ulama *fiqh* yang menyatakan bahwa naik turunnya harga sangat dipengaruhi oleh *supply and demand*.
  - b. Penaikan harga yang terlampau tinggi tidak dibenarkan, karena penaikan harga yang terlampau tinggi tidak sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.
  - c. Perbedaan harga yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli merupakan suatu pelanggaran terhadap etika jual beli dalam Islam. Dalam prinsip jual beli, Islam sangat menekankan nilai keadilan yang harus ditegakkan tanpa membeda-bedakan kalangan atau orang tertentu, karena dalam pandangan Islam setiap orang mempunyai hak yang sama dalam bermuamalah.

## **B. Saran**

1. Untuk para pedagang sebaiknya membuat daftar harga makanan agar para konsumen mengetahui harganya sebelum melakukan pembelian. Hal ini untuk menghindari kekecewaan konsumen yang berakibatkan kepada tidak berkahnya jual beli. Para pedagang juga mestinya membuat suatu standar harga yang dapat diberlakukan kepada setiap konsumen tanpa membeda-

bedakannya. Selain itu juga, kenaikan harga harus tetap pada batas-batas yang wajar yang dapat diterima oleh kedua belah pihak tanpa ada yang merasa dirugikan.

2. Untuk para konsumen sebaiknya bertanya terlebih dahulu harga-harga makanan sebelum melakukan pembelian atau pemesanan agar tidak merasa kecewa nantinya. Selain itu juga, memperbanyak mencari informasi tentang harga-harga yang berlaku di objek wisata pantai Lhoknga.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ad-Darimi, *Sunan Ad-Darimi*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Al-Ghazali, *Ihya 'Ulumuddin*, jilid III, terj. Mohd Zuhri, Semarang: CV Asyasyifa, 1992.
- Ali, Abdullah, *Trilogi Riset*, Cirebon: Biro Riset dan Badan Penerbit Fak. Tar IAIN Sunan Gunung Jati, cet. Ke-1.
- Alma, Bukhari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabate, 2005.
- Al-Mushlih, Abdullah, dkk, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Daarul Haq, 2004.
- Amalia, Euis, *Sejarah Pemikiran ekonomi Islam*, Jakarta: Gramata Publishing, 2005.
- Azwar, karim Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, cetakan ke-3, Maret, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, cet. Ke-5, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, Cet. 3, Semarang: Difa Publishers, 2008.
- Fitriatna, Ida, *Konsep Laba Dalam Sistem Ekonomi Islam*, Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2012.
- Ghazaly, Abdul Rahman dkk, *Fiqh Muamalat*, cet. Ke-1, Jakarta: Kencana, 2010.
- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Heilbroner, Robert. L, *Terbentuknya Masyarakat Ekonomi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982.
- <http://cyberdakwah.com/2014/09/etika-mengambil-laba-dalam-islam/>.

<http://fosimedia.web.id/jurnal/mekanisme-pasar-islami-dan-pengendalian-harga/>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/makanan>

Ibrahim, Yacop, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

khaldun, Ibnu, *Muqaddimah*, (terj. Ahmad Taha), Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000.

Marthon, Sa'id, Sa'ad, *Ekonomi Islam ditengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.

Media Syari'ah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial, Vol. XIV No. 1 Januari-Juni 2012.

Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011.

Narbuko, Cholid, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.

Nazir. M, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.

Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (P3EI) UII yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997.

Richard G, *Lipsey, Ilmu Ekonomi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993.

Rosyidin, Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Shiddiqi, Muhammad, Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (terj. Anas Sidik), Jakarta: Bumi Aksara, 1964.

Sudarsono, dkk, *Kamus Ekonomi Uang dan Bank*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sunario, Ahmad, *Kamus Al-Fikr*, Surabaya: Halim Jaya, 2012.

Sunaryo, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Suprayitno, Eko, *Ekonomi Islam: pendekatan ekonomi makro dan konvensional*, Yogya: Graha Ilmu, 2005.

Supriyatno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008.

Syafei, Rahmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka setia, 2000.

Syarifuddin, Amir, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2010.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2004.

Winardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Bandung: Mandar Maju, 1990.

Zulfan, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Mekanisme Laba Te' Dalam Pelelangan Ikan di TPI Jangka Buya Kabupaten Pidie Jaya (Analisis terhadap penetapan harga lelang dan laba antar mugee)*, Penerbit: Pustaka Syariah UIN Ar-raniry, 2014.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : M. Aulia  
Tempat/ Tgl. Lahir : Lhoknga / 09 September 1994  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa/ 121209420  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Kawin  
Alamat : Jl. Banda Aceh-Meulaboh, Ds. Lamkruet,  
Lhoknga, Aceh Besar

### **Riwayat Pendidikan**

SD Fajar Hidayah : Tamatan Tahun 2006  
SMP Fajar Hidayah : Tamatan Tahun 2009  
SMA Fajar Hidayah : Tamatan Tahun 2012  
UIN Ar-Raniry : Tamatan Tahun 2017

### **Data Orang Tua**

Nama Ayah : Awaluddin (alm)  
Nama Ibu : Ainal Mardhiah (almh)  
Pekerjaan Ayah : -  
Pekerjaan Ibu : -  
Alamat Orang Tua : -

Demikian daftar Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Banda Aceh, 11 Juli 2017

**M. AULIA**  
Nim: 121209420