

Mekanisme Penetapan Pembulatan Harga Jual terhadap Jasa Perspektif Ekonomi Islam

Imam Fawaid

Universitas Ibrahimy, Indonesia

fawaidmyel@gmail.com

Abstract: *The mechanism for determining price rounding is based on fairness. The pricing at Adz-Dzariyah Photocopy and Printing is in accordance with Islamic economic principles because the prices set do not oppress buyers; namely, Adz-Dzariyah Photocopy and Printing takes profits at a reasonable level. Adz-Dzariyah Photocopy and Printing does not profit from the results of price rounding; however, the remainder of the rounding results will be collected and transferred to social funds and the mosque's charity box. The determination of price rounding is a balance point between the forces of supply and demand that are agreed upon willingly by both sellers and buyers.*

Keywords : *mechanism, price rounding, Islamic economics*

Abstrak: Mekanisme penetapan pembulatan harga dengan berbasis keadilan, penetapan pembulatan harga di Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dan untuk kotak amal masjid. dan penetapan pembulatan harga merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.

Kata Kunci : mekanisme, pembulatan harga, ekonomi islam

Pendahuluan

Kehidupan manusia sehari-hari tidak dapat lepas dari aktivitas untuk mempertukarkan sesuatu demi mencukupi kebutuhan kehidupannya. Manusia mempunyai banyak sekali kebutuhan, keperluan dan keinginan yang kesemuanya itu menghendaki pemenuhan. Mereka membutuhkan makan, pakaian, Ilmu dan pelayanan kehormatan dan sejuta kebutuhan yang lainnya. Secara garis besar, kebutuhan manusia itu dikelompokkan

kedalam dua kelompok besar, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan (Suherman, R., 2019).

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Islam, melalui tauladan Rasulullah SAW dan para khalifah yang selalu terjaga

tindakannya, menunjukkan betapa pentingnya arti perdagangan dan bisnis. Islam secara aktif mendorong kaum muslim untuk melakukan bisnis dan perdagangan.

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

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَآحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah

diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah ayat : 274) (Alquran dan terjemahannya, 2010).

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan. Dalam ekonomi Islam bisnis merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat atau status jabatan seseorang. Dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا
كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan". (QS

At-Taubah 09, ayat 105)
(RI, 2012).

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya (Suherman, R., 2019). Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral, dan etika bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor. Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi (Rivai & Buchari, 2013).

Foto copy dan percetakan Adz-Dzariyah Desa Kangayan Kecamatan Kangayan Kabupaten Sumenep adalah usaha perorangan yang merupakan salah satu tempat perbelanjaan alat-alat tulis dan kantor, melayani jasa foto copy, pengetikan dan percetakan yang ikut meramaikan persaingan bisnis. Dalam persaingan bisnis yang semakin memonopoli, sering kali pelaku usaha menggunakan segala cara untuk bisa mendapatkan laba dan memenangkan persaingan meskipun cara yang dipakai tidak selaras dengan prinsip-prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya.

Kepentingan yang berbeda antara pelaku usaha dan konsumen menuntut adanya sistem harga yang adil, harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Penetapan pembulatan harga adalah ketetapan harga yang telah

ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan pembulatan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum (Kurniawan et al., 2023).

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain.⁴ Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan (Sulaeman, 2024).

Namun pada kenyataannya dan berdasarkan penelitian sementara, tempat perbelanjaan yang ada di Desa Kangayan Kecamatan Kangayan Kabupaten Sumenep termasuk foto copy dan percetakan Adz-Dzariyah, mekanisme penetapan pembulatan harga yang digunakannya belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dimana dalam prakteknya foto copy dan percetakan Adz-Dzariyah melakukan ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan pembulatan harganya, yaitu seperti contohnya Foto copy satu lembarnya adalah Rp. 300,-pelanggan yang memfoto copy tiga lembar saja bisa dibulatkan harganya menjadi Rp. 1000,- padahal seharusnya pelanggan hanya membayar Rp. 900,- begitupun sebaliknya jika ada pelanggan yang memfoto copy hanya empat lembar dibulatkan harganya menjadi Rp. 1000,- padahal seharusnya pelanggan membayar Rp. 1.200,-. Dalam jasa pengeprinan di Foto Copy dan percetakan Adz-Dzariyah menetapkan harga dengan melihat tingkat hasil cetakan warna atau tidaknya, untuk print yang hitam putih satu lembar dihargai Rp. 500,- dan untuk yang warna ditetapkan Rp 1.000,- perlembarnya, namun ketika kertas yang diprint meskipun didominasi warna hitam akan tetap

dikenakan biaya Rp. 1.000,- sehingga biaya yang ditetapkan dalam biaya print terdapat warna, maka harga akan dikenakan seharga cetak warna.

Dalam jasa pengetikan atau jasa yang lain di Foto Copy dan percetakan Adz-Dzariyah menetapkan harga dengan melihat tingkat kesulitan pengerjaannya, seperti pengetikan satu lembar dihargai Rp. 2.500,- tetapi prakteknya walaupun rentalannya hanya satu lembar namun jika pengerjaannya lebih sulit harga akan dinaikan sesuai dengan tingkat kesulitannya begitu juga dengan jasa penjilidan dan lain-lain.

Penetapan-penetapan pembulatan harga tersebut ada yang disepakati antara pelaku dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan pelaku langsung memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/pelanggan. Penerapan harga tersebut mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain (ST. Fatima et al., 2023).

Ketidakjelasan dalam penetapan pembulatan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan pembulatan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli (Yani et al., 2023).

Metode Penelitian

Metode analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu data-data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dideskripsikan sedemikian rupa, kemudian data tersebut di analisa melalui perbandingan data-data dengan menggunakan pendekatan deskriptif (Dr. Yudin Citriadin, 2020).

Deskriptif adalah dengan cara menggambarkan dan menguraikan hal-hal yang dijumpai kemudian dibahas dan dibandingkan dengan teori-teori dan buku-buku rujukan yang relevan dengan masalah penelitian (Ibrahim, 2015).

Konsep Harga yang Adil dalam Ekonomi Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-„adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si“r almitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-„adl*. Istilah *qimah al“adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (*shahih muslim*). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyāt* (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *qimah al-„adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan,

membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya.

Meskipun istilah-istilah di atas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan al-Khulafa' al-Rasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu: *'iwad al-mits* (equivalen compensation/ kompensasi yang setara). Dalam alhisbahnya ia mengatakan: "Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksirkan oleh hal-hal yang setara dan itu adalah esensi keadilan (*nafs al-,,adl*)". Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai, dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil (Ningrum et al., 2023).

Mekanisme Harga dalam Ekonomi Syariah

Dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan pernah lepas dari permasalahan penentuan tingkat harga yang diderivasikan dari proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan teori penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang lebih luas (Karim, 2011).

Dalam perjalanan perkembangan ekonomi syariah, ditemukan catatan sejarah yang direkam oleh ulama muslim dalam buku-bukunya yang menunjukkan bahwa sebenarnya mekanisme pasar bukan merupakan hal yang baru bagi masyarakat muslim. Konsep harga Islam juga banyak menjadi daya tarik bagi para pemikir Islam dengan menggunakan kondisi ekonomi di sekitarnya dan pada masanya, pemikir

tersebut adalah sebagai berikut: (Ridwan, M., et, al., 2011).

Konsep Harga Abu Yusuf

Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al-Rasyid. Ia menulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam yang berjudul Kitab al-Kharaj. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Beliau memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Beliau jugalah yang mengajukan pertama kali tentang teori permintaan dan persediaan (demand and supply) dan pengaruhnya terhadap harga. Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah ketika terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi, sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah.

Abu Yusuf mengatakan: "Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga dengan mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah." Pandangan Abu Yusuf di atas menunjukkan adanya hubungan negatif antara persediaan (supply) dengan harga (Agus Sifa' & Sifa', 2020).

Hal ini adalah benar bahwa harga itu tidak tergantung pada supply itu sendiri, oleh karena itu berkurangnya atau bertambahnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan bertambah atau berkurangnya dalam penawaran. Dalam hal ini, Abu Yusuf tampaknya menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara permintaan dengan harga.

Pada kenyataannya harga tidak tergantung pada penawaran saja tetapi juga permintaan. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi akan tetapi beliau tidak menjelaskan secara rinci. Dalam analisis ekonomi pada masalah pengendalian harga (tas^{ir}). Abu Yusuf menentang penguasa yang menetapkan harga. Menurutnya harga merupakan ketentuan Allah. Maksudnya adalah harga akan terbentuk sesuai dengan hukum alam yang berlaku disuatu tempat dan waktu tertentu sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu sendiri. Pendapat Abu Yusuf ini relevan pada pasar persaingan sempurna dimana banyak penjual dan banyak pembeli sehingga harga ditentukan oleh pasar.

Konsep Harga Al-Ghazali

Seperti halnya para cendekiawan muslim terdahulu, perhatian Al Ghazali terhadap kehidupan masyarakat tidak terfokus pada satu bidang tertentu tetapi meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Ia melakukan studi keislaman secara luas untuk mempertahankan ajaran agama Islam. Perhatiannya di bidang ekonomi terkandung dalam ilmu fiqhnya karena pada hakikatnya, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari fiqh Islam. Pemikiran sosio ekonomi Al Ghazali berakar pada sebuah konsep yang dia sebut sebagai "fungsi kesejahteraan sosial Islami".

Tema yang menjadi pangkal seluruh karyanya adalah konsep maslahat atau kesejahteraan bersama sosial atau utilitas (kebaikan bersama), yakni sebuah konsep yang mencakup semua aktivitas manusia dan membuat kaitan erat antara individu dengan masyarakat. Proses evolusi pasar merupakan teori yang dikemukakan oleh Al Ghazali. Al-Ghazali dengan nama lengkapnya Abu Hamid Al Ghazali sebagai

ahli tasawuf mengajukan pandangan dan mulai berpikir tentang pasar.

Pandangannya ia jabarkan dengan rinci, bahwa peran aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Bagi Al Ghazali merupakan bagian dari "keteraturan alami" (natural order). Menurut Al-Ghazali hukum alam adalah segala sesuatu, yakni sebuah ekspresi berbagai hasrat yang timbul dari diri sendiri untuk saling memuaskan kebutuhan ekonomi.

Begitu pula dengan pendapat Al Ghazali mengenai pasar merupakan keteraturan alami (natural order), yaitu harga di pasar akan terbentuk secara alami sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga, dan pendapat Al Ghazali ini lebih cocok pada pasar persaingan sempurna.

Al-Ghazali menjelaskan secara eksplisit mengenai perdagangan regional, bahwa: "Praktek-praktek ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang yang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat dan makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota yang mungkin tidak mempunyai alat-alat yang dibutuhkan, dan ke desa-desa yang mungkin tidak memiliki semua bahan makanan yang dibutuhkan.

Keadaan inilah yang pada gilirannya menimbulkan kebutuhan alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja mencari keuntungan. Para pedagang ini bekerja keras memenuhi kebutuhan orang lain dan mendapatkan keuntungan dan makan oleh orang lain juga" Walaupun Al Ghazali tidak menjelaskan konsep permintaan dan penawaran dalam terminologi modern.

Terdapat banyak bagian dari bukubukunya yang berbicara mengenai

harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep ini kemudian dikenal sebagai al-tsaman al-adl (harga yang adil) dikalangan ilmuwan Muslim atau equilibrium price (harga keseimbangan) dikalangan ilmuwan Eropa kontemporer. Sejalan dengan konsep permintaan dan penawaran, menurutnya untuk kurva penawaran “naik dari kiri naik ke bawah kanan atas” dinyatakan sebagai “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, maka ia akan menjual pada harga yang lebih murah.

Sementara untuk kurva permintaan yang “turun dari kiri atas ke kanan bawah” dijelaskan sebagai “harga dapat diturunkan dengan mengurangi permintaan” Seperti halnya pemikir lain pada masanya, Al Ghazali juga berbicara tentang harga yang biasanya langsung dihubungkan dengan keuntungan. Keuntungan belum secara jelas dikaitkan dengan pendapatan dan biaya.

Bagi Al Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman diri keselamatan si pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebih untuk menjadi motivasi pedagang bagi Al Ghazali keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak. Adapun keuntungan normal menurutnya adalah berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang.

Konsep Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah 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 tak selalu berkaitan dengan kezaliman (zulm) yang dilakukan seseorang. 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 permintaannya menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Bisa saja berkaitan dengan sebab yang tak melibatkan ketidakadilan. Atau sesekali bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha besar Allah yang menciptakan kemauan pada hati manusia. (Ibnu Taimiyah, Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan.

Di sisi lain, Ibnu Taimiyah mengidentifikasi beberapa faktor lain yang menentukan permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga pasar, yaitu:

1. Keinginan masyarakat (raghbah) terhadap berbagai jenis barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Perubahan ini sesuai dengan langka atau tidaknya barang-barang yang diminta. Semakin sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati masyarakat.

2. Jumlah para peminat (tullab) terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang tersebut akan semakin meningkat, dan begitu pula sebaliknya.
3. Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang serta besar atau kecilnya tingkat dan ukuran kebutuhan. Apabila kebutuhan besar dan kuat, harga akan naik. Sebaliknya jika kebutuhan kecil dan lemah harga akan turun.
4. Kualitas pembeli. Jika pembeli adalah seorang yang kaya dan terpercaya dalam membayar utang, harga yang diberikan lebih rendah. Sebaliknya, harga yang diberikan lebih tinggi jika pembeli adalah seorang yang sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran utang serta mengingkari utang.
5. Jenis uang yang digunakan dalam transaksi. Harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang yang umum dipakai (naqd ra'ij) daripada uang yang jarang dipakai.
6. Tujuan transaksi yang menghendaki adanya kepemilikan resiprokal diantara kedua belah pihak. Harga suatu barang yang telah tersedia di pasaran lebih rendah daripada harga suatu barang yang belum ada di pasaran. Begitu pula halnya harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai daripada pembayaran dilakukan secara angsuran.
7. Besar kecilnya biaya harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh produsen atau penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitu pula sebaliknya. Jika transaksi telah berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada tetapi harga tetap naik, menurut Ibnu Taimiyah ini merupakan kehendak Allah. Maksudnya

pelaku pasar bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan harga tetapi ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi harga, yang dalam hal ini dapat disebut dalam hukum alam dalam proses jual beli.

Konsep Harga Ibnu Khaldun

Dalam karyanya yang berjudul *al muqoddimah* pada bab yang berjudul "harga di kota-kota" ia membagi jenis barang menjadi barang kebutuhan pokok dan mewah. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya akan bertambah banyak, maka harga-harga kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas pengadaannya. Akibatnya penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga.

Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaannya akan meningkat sejalan dengan berkembangnya kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah akan meningkat. Bagi 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 (Ulya, 2015). Mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan menurut Ibnu Khaldun, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan. Setelah itu pada sisi penawaran, ia menjelaskan pula pangaruh meningkatnya biaya produksi karena pajak dan pungutan-pungutan lainnya di kota tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Ibnu

Khaldun, sebagaimana Ibnu Taimiyah telah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu harga keseimbangan.

Ibnu Khaldun kemudian mengatakan bahwa keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, jika pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen. Pendapat Ibnu Khaldun juga sama dengan pendapat tokoh-tokoh di atas, hanya yang membedakan dengan tokoh di atas adalah sudut pandang. Karena secara eksplisit Ibnu Khaldun menjelaskan jenis-jenis biaya yang membentuk penawaran dan Ibnu Khaldun lebih fokus menjelaskan fenomena yang terjadi (Pertaminawati, 2016).

Jasa dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, jasa dikaitkan dengan ijarah (sewa-menyewa). Penjualan jasa dalam Islam disebut dengan ijarah atau sewa-menyewa, yaitu kegiatan pemindahan hak kemanfaatan. Objek dari kegiatan ijarah adalah jasa, baik jasa yang dihasilkan dari tenaga manusia maupun jasa yang diperoleh dari pemanfaatan barang. Konsep ijarah sama dengan konsep jual beli. Hanya saja, objek yang diperjual belikan dalam ijarah adalah jasa (Idri, 2017).

Dalam bahasa Arab upah dan sewa disebut ijarah. Al- ijarah berasal dari kata al-ajru yang arti menurut bahasanya ialah al-„iwadh yang arti dalam bahasa indonesianya ialah ganti dan upah. Secara etimologi al-ijarah berasal dari kata Al- ajru yang bearti al- „iwadh / penggantian, dari sebab itulah ats- Tsawabu dalam konteks

pahala dinamai juga al- ajru/ upah (Ridwan, M., Handayani, R., Imsar, Daulay, A. N., Syahbudi, M., & T.I.Fz 2011).

Adapun secara terminologi, para ulama fiqih berbeda pendapat nya, antara lain:

1. Menurut Sayyid Sabiq, al- ijarah adalah suatu jenis akad atau transaksi untuk mengambil manfaat dengan jalan memberi penggantian.
2. Menurut ulama Syafi“iyah al-ijarah adalah Akad atas sesuatu kemanfaatan yang mengandung maksud tertentu yang mubah, serta menerima pengganti atau kebolehan dengan pengganti tertentu. Jadi upah adalah suatu jenis akad atau transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat mubah, dan boleh dimanfaatkan, dengan cara memberi imbalan tertentu.
3. Menurut Amir Syarifuddin al- ijarah secara sederhana dapat diartikan dengan akad atau transaksi manfaat atau jasa dengan imbalan tertentu. Bila yang menjadi objek transaksi adalah manfaat atau jasa dari suatu benda disebut ijarah al“Ain, seperti sewa menyewa rumah untuk ditempati. Bila yang menjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut Ijarah ad-Dzimmah atau upah mengupah, seperti upah pengetikan. Sekalipun objeknya berbeda keduanya dalam konteks fiqih disebut al- ijarah.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, kiranya dapat dipahami bahwa ijarah adalah menukar sesuatu dengan ada imbalannya, diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti sewa-menyewa dan upah-mengupah, sewa- menyewah adalah menjual manfaat. Dan upah-mengupah adalah menjual tenaga atau kekuatan.

Adapun Syarat-syarat ijarah yaitu:

1. Masing-masing pihak rela untuk melakukan sewa-menyewa, maksudnya jika di dalam akad sewa-menyewa itu terdapat unsur pemaksaan, maka sewa menyewa itu tidak sah. Ketentuan ini sejalan dengan Firman Allah dalam Surah an-Nisa (ayat) : 29.3
2. Harus jelas objek yang diakadkan.
3. Objek sewa-menyewa dapat digunakan sesuai peruntukannya.
4. Kemanfaatan objek yang diperjanjikan adalah yang diperbolehkandalam agama Islam.
5. Orang yang menyewakan adalah pemilik barang sewa, walinya atau orang yang menerima wasiat untuk bertindak sebagai wali.
6. Objek sewa-menyewa dapat diserahkan.
7. Objek sewa-menyewa tidak cacat.
8. Sesuatu yang disewakan bukan kewajiban bagi penyewa, misalnya menyewa orang untuk melakukan sholat atau puasa untuk diri penyewa
9. Upah/sewa tidak sejenis dengan manfaat yang disewa.
10. Harga sewa harus dibayar, bila berupa uang harus ditentukan berapa besarnya, dan jika berupa hal lain harus ditentukan berapa kadarnya.
11. Tidak boleh dipersyaratkan dengan perjanjian lain.
12. Harus segera dapat dimanfaatkan pada saat terjadinya persetujuan,kecuali dalam sewa-menyewa yang ditentukan menurut waktu.

Dasar hukum ijarah dalam al-Quran QS. al- Qashash (ayat) :26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا بَتِ اسْتَأْجِرِيَّ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ
الْقَوِيَّ الْأَمِينُ

Artinya : salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia

sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya" (QS. al- Qashash (ayat) :26).

Kemudian dalam firman Allah SWT dalam QS. Al- Kahf (ayat): 77

فَانْطَلَقَا حَتَّىٰ إِذَا آتَىٰٓا أَهْلَ قَرْيَةٍ اسْتَطَعَمَا أَهْلَهَا فَأَبَوْا
أَنْ يُصَيِّفُوهُمَا فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقَضَ فَأَقَامَهُ ۗ
قَالَ لَوْ شِئْتَ لَتَّخَذْتَ عَلَيْهِ أَجْرًا

Artinya : Maka keduanya berjalan; hingga tatkala keduanya sampai kepada penduduk suatu negeri, mereka minta dijamu kepada penduduk negeri itu, tetapi penduduk negeri itu tidak mau menjamu mereka, kemudian keduanya mendapatkan dalam negeri itu dinding rumah yang hampir roboh, Maka Khidhr menegakkan dinding itu. Musa berkata: "Jikalau kamu mau, niscaya kamu mengambil upah untuk itu".

Simpulan

Mekanisme penetapan pembulatan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah ditetapkan dengan menggunakan sistem penetapan dengan pembulatan harga. Mekansime penetapan pembulatan harga

pada Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah dikarenakan sulitnya mencari uang recehan untuk kembalian.

Penetapan pembulatan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah menggunakan dua sistem yaitu untuk harga eceran menggunakan Going Rate Prancing yaitu penetapan pembulatan harga dengan mengikuti harga yang berlaku di pasar sedangkan mekanisme penetapan pembulatan harga berdasarkan volume pembelian barang dan banyaknya jasa yang dipakai dengan menggunakan Mark-Up atau penentuan harga dengan menambahkan jumlah biaya operasional dengan laba yang diinginkan.

Mekanisme penetapan pembulatan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah dipandang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, dikarenakan ada penerapan prinsip harga yang jujur dan adil. Mekanisme penetapan pembulatan harga jual berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dengan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela antara pembeli dan penjual atau Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah dengan konsumennya, dengan memperhatikan daya beli masyarakat atau kosnumen. Penggunaan mekanisme pembulatan harga pada Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah tidak ada unsur penipuan karena pembeli tetap membayar sesuai dengan harga yang sebenarnya atau sesuai dengan harga yang tertera, adapun pembayaran akan dibulatkan dengan pembeli membayar dengan harga yang lebih besar dari harga yang tertera, hal itu dilakukan karena kesulitan Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah dalam menyediakan uang pecahan, sehingga harga dibulatkan tetapi sisa harga dari hasil

pembulatan di Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah bukan untuk kepentingan Foto copy dan Percetakan Adz-Dzariyah dalam mendapatkan keuntungan yang lebih dari hasil pembulatan, tetapi sisa harga dari hasil pembulatan tersebut akan dialihkan untuk kotak amal Masjid / dana sosial lainnya.

Daftar Pustaka

- agus Sifa', M., & Sifa', M. A. (2020). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam (Kajian Pemikiran Abu Yusuf). *Journal Of Sharia Economics*, 2(1), 29–46. <https://doi.org/10.35896/jse.v2i1.91>
- Alquran dan Terjemahannya. (2010). *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Duta Ilmu.
- Dr. Yudin Citriadin, M. P. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar* (1st Ed.). Sanabil. www.sanabil.web.id
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Idri, H. (2017). *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi - Prof. Dr. H. Idri, M.Ag.* - Google Buku. Kencana. <https://books.google.co.id/books>.
- Karim, A. A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Kurniawan, R., Akbar, E. E., Efrina, L., Islam, U., & Lampung, A. N. (2023). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 471–480. <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/azzahra/article/view/1812>
- Ningrum, N. P., Maryatin, M., & Prihantono,

- J. (2023). Mekanisme Pasar Menurut Para Tokoh Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 4(1), 30–37. <https://doi.org/10.36835/Iqtishodiya.h.V5i1.86>
- Pertaminawati, H. (2016). Analisis Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga Dalam Perekonomian Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 15(2), 195–216. <https://doi.org/10.15408/Kordinat.V15i2.6330>
- RI, K. A. (2012). *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Pt. Sinergi Pustaka Indonesia.
- Ridwan, M., Handayani, R., Imsar, Daulay, A. N., Syahbudi, M., & T.I.F, R. (2011). *Ekonomi Mikro Islam* (1. Dr. Ali Sakti (Deks Bi) 2. Dr. M.S. Nurzaman (Me Kneks) (Ed.)). Bank Sentral Republik Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/documents/Buku-Ekonomi-Mikro-Islam.pdf>
- Rivai, V., & Buchari, A. (2013). *Islamic Economics : Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Sinar Grafika.
- ST. Fatima, Soumena, M. Y., ST. Nurhayati, Ikhsan Gasali, & A. Rio Makkulau. (2023). Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 45–59. <https://doi.org/10.35905/Rikaz.V2i1.6698>
- Suherman, R. (2019). Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro.
- Sulaeman. (2024). *View Of Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. <https://journal.yapnasjp.ac.id/index.php/edukasiana/article/view/47/39>
- Ulya, H. N. (2015). Permintaan, Penawaran, Dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun. *Justicia Islamica*, 12(2). <https://doi.org/10.21154/Justicia.V12i2.325>
- Yani, F., Rofiqi, P. M., & Ramadhan Laia Stebis Al-Ulum Terpadu, H. (2023). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Syarama). *Mudharib: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 1–14. <https://ejournalstebis.ac.id/index.php/mudharib/article/view/12>