

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berhubungan dengan mekanisme harga sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Berikut merupakan jurnal penelitian yang memiliki kesamaan tema dengan penelitian ini:

Penelitian oleh Kamalia ditulis pada tahun 2011 yang berjudul “*Mekanisme Penetapan Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pedagang Asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekan Baru)*”. Penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem jual beli oleh pedagang asongan di pelabuhan Sungai Duku adalah sistem jual beli secara langsung dimana penjual menawarkan langsung kepada pembeli dan pembeli membayar langsung pada penjual. Mereka membuat mekanisme harga yang tinggi dengan menghitung semua biaya yang dikeluarkan untuk bergadang di pelabuhan Sungai Duku Pekan Baru, selain itu mereka juga mencari keuntungan yang besar pula.<sup>1</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Mul Irawan pada tahun 2015 yang berjudul “*Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah)*”, menjelaskan bahwa pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah dalam kaitannya dengan mekanisme pasar Islami telah memperkaya ekonomi Islam dengan jangkauan yang lebih luas bagi konseptualisasi dan aplikasinya. Dalam konteks idealita, mekanisme pasar Islami dapat menghasilkan harga yang adil

---

<sup>1</sup> Kamalia, *Mekanisme Penetapan Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam (Study Kasus pada Pedagang Asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekan Baru)*, Skripsi, 2011.

bagi produsen dan konsumen, selama mekanisme pasar berjalan sempurna. Hal tersebut menjadi koreksi solutif atas realita mekanisme pasar masa kini yang masih banyak diwarnai kecurangan dan ketidakadilan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Adapun metode yang digunakan dalam analisis adalah studi literature.<sup>2</sup>

Penelitian oleh Yenti Afrida pada tahun 2015 yang berjudul “*Intervensi Pemerintah Indonesia dalam Menetapkan Harga BBM Ditinjau dari Mekanisme Pasar Islam*”, menjelaskan bahwa harga diserahkan kepada kekuatan permintaan dan penawaran. Pemerintah tidak diperbolehkan untuk campur tangan dalam harga keadaan normal, pemerintah hanya diperbolehkan ikut campur dalam keadaan darurat. Dalam konsep mekanisme pasar secara Islami, harga-harga komoditi ditetapkan oleh mekanisme pasar, artinya harga berlaku tergantung kepada permintaan dan penawaran. Akan tetapi dalam keadaan tertentu seperti penetapan harga BBM yang mengalami turun-naik tergantung harga minyak dunia, maka pemerintah boleh intervensi harga demi kemaslahatan dan melindungi kepentingan rakyat yang belum merata kemampuannya secara ekonomi. Karena tindakan intervensi oleh pemerintah tersebut berlandaskan kepada kemaslahatan dan kesejahteraan masyarakat.<sup>3</sup>

Penelitian Sukamto pada tahun 2012 yang berjudul “*Memahami Mekanisme Pasar dalam Ekonom Islam*” menjelaskan bagaimana Rasulullah SAW menghargai mekanisme yang terjadi di pasar sebagai sunatullah yang harus dihormati. Pandangan mengenai pasar dan harga dari beberapa pemikir besar muslim seperti Abu Yusuf, Al-Ghazali, IbnuTaimiah dan Ibnu Khaldun juga diungkap dalam penelitian ini. Pemikiran mereka tentang mekanisme pasar tidak saja mampu memberikan analisa yang tajam

---

<sup>2</sup> Mul Irawan, Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1, 2015, hal. 67-73.

<sup>3</sup> Yenti Afrida, Intervensi Pemerintah Indonesia dalam Menetapkan Harga BBM Ditinjau dari Mekanisme Pasar Islam, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1. No. 1, 2015, hal. 71-86.

tentang apa yang terjadi pada masa itu, tetapi juga tergolong modern untuk masa sekarang. Banyak dari pemikiran mereka baru dibahas oleh para ekonom barat ratusan tahun kemudian.<sup>4</sup>

Penelitian yang ditulis oleh Lukmanul Hakim pada tahun 2017 yang berjudul “*Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam*”, mengemukakan bahwa distorsi pasar merupakan bentuk penyimpangan yang menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan dan ketidakadilan di pasar yang harus diatur oleh pemerintah (pihak otoritas) lewat kebijakan intervensi yang menjadi wewenangnya. Penulis dalam penelitian ini juga mengemukakan pemikiran Abu Yusuf, Ibnu Taimiyah, Al-Ghazali dan Ibnu Khaldun tentang mekanisme harga. Namun pada kenyataannya mekanisme pasar tidak selalu berjalan dengan baik, sering kali terjadi gangguan-gangguan sehingga tidak berjalan dengan semestinya, yang kemudian disebut sebagai kegagalan pasar (distorsi pasar). Penyebabnya adalah pertama; ada pihak yang sengaja merekayasa permintaan (*demand*) dan rekayasa penawaran (*supply*), hal ini bisa berupa perbuatan iktikar dan atau *bai' najasy*, kedua; terdapat *tadhlis (unknown to one party)*, ketiga; *taghrir (unknown to both parties)*. Jika hal demikian terjadi, maka pemerintah harus memainkan peran lewat intervensi untuk mengembalikan kondisi yang stabil atau menghilangkan penyebab terjadinya distorsi pasar.<sup>5</sup>

Penelitian oleh Muhamad pada tahun 2013 yang berjudul “*Tinjauan Sejarah Mekanisme Pasar dalam Islam*”, mengemukakan pandangan para ekonom muslim tentang mekanisme harga yang dikembangkan oleh Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun. Namun Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun dilahirkan pada zaman kemunduran dunia Islam dalam hal ilmu pengetahuan dan kebudayaan, sehingga

---

<sup>4</sup> Sukanto, Memahami Mekanisme Pasar dalam Ekonomi Islam, *Jurnal Sosial Humaniora*, Vol. 5 No. 1, 2012, hal. 19-31.

<sup>5</sup> Lukmanul Hakim, Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam, *Journal of Islamic Economic adN Social*, Vol. 1 No. 1. Juli 2017, hal. 1-13.

teori-teori mereka tidak dapat berkembang secara baik. Hasil tulisan ini menunjukkan bahwa pembahasan mengenai mekanisme pasar dan harga telah ada sejak abad kedelapan. Hal ini memerlukan pertimbangan ulang atas pernyataan Schumpeter mengenai mekanisme penentuan harga yang disebutkan sebelum pertengahan abad kedelapan belas.<sup>6</sup>

Penelitian oleh Choirul Huda pada tahun 2013 yang berjudul “*Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam: Ibnu Khaldun*” mengemukakan pemikiran Ibnu Khaldun dalam segala aspek kehidupan manusia baik sosial politik maupun ekonomi yang ditulis dalam bukunya *Al-Muqaddimah*. Dalam bidang ekonomi Ibnu Khaldun telah pula memprediksikan banyak hal yang akhirnya menjadi persoalan yang sampai pada dunia modern saat ini tetap mengemuka sebagai wacana yang tidak akan berhenti untuk dibicarakan. Sebagai contoh yang ia ajukan adalah kasus usaha pribadi dan usaha publik, perlakuan dunia atas mata uang yang akhirnya mempunyai fungsi yang sangat penting dalam dunia ekonomi. Semua yang telah dikemukakannya murni berasal dari pemikiran cerdas Ibnu Khaldun.<sup>7</sup>

Penelitian yang berjudul “*Pasar Syariah dan Keseimbangan Harga*” ditulis oleh Marhamah Saleh pada tahun 2011 mengemukakan bahwa mekanisme pasar syariah tidak mengedepankan intervensi pemerintah dalam pasar yang berjalan normal. Namun ketika terjadi distorsi pasar maka pemerintah perlu memperbaiki harga sesuai dengan misi yang diemban dan demi kepentingan masyarakat. Intervensi pasar dan regulasi harga dalam Islam dimaksudkan agar tercipta keseimbangan harga dan terjaganya hak dari semua pihak, baik pembeli maupun penjual. Untuk itu perlu ditekankan aspek moralitas yang berdampingan dengan motif mencari laba dalam

---

<sup>6</sup> Muhamad, Tinjauan Sejarah Mekanisme Harga dalam Islam, *Jurnal Telaah Bisnis*, Vol. 14 No. 1. Juli 2013. Hal. 87-96.

<sup>7</sup> Choirul Huda, *Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam: Ibnu Khaldun*, *Jurnal Economica*, Vol. 5. Edisi 1. Juli 2013, hal. 103-122.

perniagaan. Penulis juga membandingkan pemikiran para tokoh ekonom muslim terdahulu seperti Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun mengenai mekanisme pasar.<sup>8</sup>

Jurnal dengan judul “*Harga yang Adil dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah dalam Perspektif Islam*” yang ditulis oleh Mabarroh Azizah pada tahun 2011 menjelaskan bahwa harga yang adil dalam Islam merupakan harga yang ditentukan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antara penawaran dan permintaan yang terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat harga. Apabila para pedagang telah melakukan tindakan sewenang-wenang dengan menaikkan harga hingga membahayakan keadaan pasar dan kepentingan umum, maka pemerintah perlu turun tangan mencampuri urusan harga dengan menetapkan harga demi memelihara kepentingan orang banyak, mencegah penimbunan dan menghapuskan kezaliman. Tetapi jika harga ditetapkan dalam situasi yang normal maka kenaikan harga dan distorsi harga justru akan merugikan masyarakat. Kebebasan pembeli dan penjual akan terhambat oleh harga yang ditetapkan tersebut.<sup>9</sup>

Jurnal yang ditulis Syamsul Hilal pada tahun 2014 yang berjudul “*Konsep Harga dalam Ekonomi Islam (Telaah Pemikiran Ibnu Taimiyah)*” mengemukakan pendapat Ibnu Taimiyah tentang mekanisme harga. Menurutnya naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh kezaliman orang-orang tertentu, akan tetapi adanya faktor seperti kekurangan produksi atau penurunan kuota impor terhadap barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ibnu Taimiyah memandang intervensi pemerintah dalam masalah harga komoditas tertentu diperlukan bila terjadi indikasi

---

<sup>8</sup> Marhamah Saleh, Pasar Syariah dan Keseimbangan Harga, *Jurnal Syariah*, Vol. 13 No. 1, 2011, hal. 21-33.

<sup>9</sup> Mabarroh Azizah, Harga yang Adil dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah dalam Perspektif Islam, *Jurnal UNISIA*, Vol. 34 No. 76, Januari 2012, hal. 74-83.

distorsi pasar, tetapi bila sebaliknya, pemerintah sebagai regulator diharapkan berperan sebagai pengawas dan inisiator bagi pengembangan ekonomi yang salah satu instrumennya adalah pasar. Ibnu Taimiyah juga merespon pendapat Rasulullah tentang penolakan menetapkan harga adalah karena hal-hal berikut: pertama, pasar tersebut tidak terdapat pedagang yang menahan diri menjual barang yang wajib dijualnya atau perbuatan jasa yang wajib dilakukannya. Kedua, kondisi pasar saat itu berada dalam keadaan normal yang tunduk kepada hukum permintaan dan penawaran.<sup>10</sup>

Dari jurnal penelitian yang telah diuraikan diatas terdapat kesamaan tema yang diangkat oleh peneliti. Tema yang diteliti oleh peneliti terdahulu adalah tentang mekanisme pasar dan harga, beberapa jurnal mengemukakan pemikiran tokoh ekonom muslim seperti Ibnu Taimiyah, Ibnu Khaldun dan al-Ghazali. Selanjutnya pemikiran tokoh tersebut dibandingkan kedalam perekonomian saat ini dan peran pemerintah dalam menentukan mekanisme harga serta dampak yang ditimbulkan. Selain itu pemikiran Rasulullah Saw mengenai mekanisme penetapan harga juga dijelaskan, bahwa beliau menolak menetapkan harga pada pasar yang normal. Disini peneliti memfokuskan penelitian pada pemikiran Ibnu Khaldun tentang mekanisme harga. Dengan demikian, penelitian ini berarti memperluas dan mengembangkan kajian terkait dengan mekanisme harga menurut pemikiran Ibnu Khaldun, serta relevansinya pada perekonomian saat ini.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Harga**

Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu.<sup>11</sup> Harga secara etimologi diartikan sebagai nilai banding atau

---

<sup>10</sup> Syamsul Hilal, Konsep Harga dalam Ekonomi Islam, *Jurnal ASAS*, Vol. 6, No. 2, Juli 2014, hal. 16-27.

<sup>11</sup> Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 231.

tukar suatu komoditi. Harga dalam bahasa Inggris *price* dan *tsaman* dalam bahasa Arab yang artinya harga. Harga selalu dihubungkan besarnya jumlah uang yang harus dibayarkan sebagai nilai beli pengganti terhadap barang dan jasa.<sup>12</sup>

Sudah banyak ahli ekonomi yang mengemukakan definisi dari harga. Menurut pakar ekonomi Islam Rahmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, baik itu lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Menurutnya harga dijadikan penukar barang yang disepakati oleh kedua pihak yang melakukan akad.<sup>13</sup> Sementara Philip Kotler berpendapat harga adalah salah satu baruan pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga adalah unsur baruan pemasaran yang paling mudah untuk disesuaikan. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan suatu perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya.<sup>14</sup>

Dari definisi harga di atas terdapat kesamaan yaitu harga menentukan nilai suatu barang atau jasa. Sedangkan unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, promosi dan saluran. Harga adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan konsumen untuk dapat menikmati suatu produk yang diinginkan. Harga dalam jual beli merupakan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi atas dasar sama-sama rela dan tanpa paksaan dari pihak yang bertransaksi.

Qardawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan karena paksaan dari salah satu pihak maka hal itu tidak dibenarkan dalam agama. Akan tetapi jika penetapan harga justru tersebut menimbulkan keadilan bagi masyarakat maka hal itu boleh untuk dilakukan.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Peter Salim, Yenni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Modern English Press, 1991), h. 508.

<sup>13</sup> Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pusaka Setia, 2000), hal. 87.

<sup>14</sup> Kotler, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2005), Edisi 11 Jilid 2, hal. 139.

<sup>15</sup> Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hal. 257

Dalam sistem ekonomi modern tingkat harga komoditi tergantung pada pada bergabai faktor, salah satunya adalah jenis pasar. Apakah pasar itu pasar sempurna, pasar bebas, atau pasar monopoli. Hal ini berhubungan dengan sistem ekonomi yang dianut oleh negara. Negara yang menganut paham kapitalis akan membuka pasar seluas-luasnya untuk persaingan. Maka dalam hal ini harga di pasar akan sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Sementara negara yang menganut paham sosialisme sistem ekonominya akan memperlihatkan bentuk pasar yang dimonopoli oleh pemerintah karena pemerintah menetapkan batas harga layak untuk komoditi tertentu.

Dalam sistem ekonomi Islam, pasar memiliki wewenang untuk mempengaruhi jenis dan jumlah komoditi yang akan diproduksi. Sehingga harga yang ditetapkan pada suatu barang akan menggambarkan harga yang harus dikeluarkan untuk memproduksi barang itu ditambah dengan keuntungannya.<sup>16</sup> Dalam hal ini Nejatullah Siddiqi mengemukakan harga menurut Kurshid Ahmad dan NA'iem Siddiqi bahwa:

“harga adalah nilai suatu barang barang yang ditentukan oleh kondisi rata-rata dan bias sesuai dengan hukum penawaran dan permintaan dalam suatu pasar bebas dengan ketentuan bahwa perundangan-perundangan Negara, rencana-rencanya, dan kebijakannya, atau segala sesuatu pengawasan lainnya tidak mencampuri sistem jual beli, produksi dan penyediaan komoditi-komoditi dan persaingan bebas”.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, ter. Anas Sidik, (Jakarta : Bumi Kasara, 1991), hal. 29.

<sup>17</sup> Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Pemikiran Ekonomi Islam : Suatu penelitian kepustakaan masa kini*, terj. AM. Saefuddin, (Jakarta : LIPPM, 1996), hal. 128.

## 2. Mekanisme Harga

### a. Pengertian Mekanisme

Mekanisme berasal dari bahasa Yunani *mechane* yang berarti instrumen, mesin pengangkat beban, peralatan yang digunakan untuk membantu suatu pekerjaan dan juga sebuah perangkat. Mekanisme juga berasal dari kata *mechos* yang artinya sarana untuk menjalankan sesuatu. Mekanisme menurut Moenir adalah suatu rangkaian kerja atau alat yang digunakan untuk menyelesaikan sebuah masalah yang berkaitan dengan proses kerja yang bertujuan untuk menghasilkan pekerjaan yang maksimal dan mengurangi kegagalan.<sup>18</sup>

### b. Pengertian Mekanisme Harga

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik antara produsen dan konsumen baik dari segi pasar *output* (barang) ataupun *input* (faktor-faktor produksi). Hasil net dari tarik-menarik tersebut merupakan terjadinya harga ditambah dengan faktor produksinya. Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayarkan untuk suatu objek tertentu yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan barang tersebut. Aquinas mendefinisikan harga yang adil sebagai harga *kompetitif normal*, yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand* dimana tidak ada unsur *spekulasi*.

Transaksi yang terjadi di pasar terjadi berdasarkan mekanisme harga. Islam sangat memperhatikan kesempurnaan pada mekanisme pasar, karena pasar yang bersaing dengan sempurna akan memberikan harga yang adil bagi

---

<sup>18</sup> <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-mekanisme/>, Definisi Menurut Para Ahli, diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 20:30 WIB.

penjual maupun pembeli. Namun jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai.<sup>19</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah naik turunnya harga bukan saja dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan tetapi ada faktor-faktor yang lain:

Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat *inefisiensi produksi*, penurunan jumlah *impor* barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat sedangkan penawaran menurun, harga tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga karena tindakan yang tidak adil.

Menurut Ibnu Taimiyah dalam *al-Hisbah fi al-Islam* menyatakan:

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. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila semua transaksi sudah sesuai dengan aturan, maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.

Akan tetapi kedua perubahan itu tidak selalu menyatu, juga tidak selalu terjadi secara bersamaan. Jika permintaan menurun sementara penawaran stabil, harganya akan turun begitu pula sebaliknya.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> <https://aliamurtadho.wordpress.com/2013/04/27/mekanisme-harga-iaslmal-al-murtadho-1110084000039-pendahuluanmekanisme-harga-adalah/>, diakses pada tanggal 14 Maret 2018 pukul 10.00 WIB.

<sup>20</sup> Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 232.

### 3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Harga

#### a. Permintaan

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, dengan tingkat harga tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.<sup>21</sup> Permintaan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1) Harga barang yang diminta dan harga barang substitusi

Apabila harga barang yang diminta meningkat maka permintaan akan barang substitusi juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.

2) Tingkat pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.

Perubahan pendapatan akan selalu berdampak pada perubahan permintaan terhadap berbagai jenis barang. Apabila pendapatan masyarakat meningkat, maka permintaan pada suatu barang juga akan meningkat.

3) Corak distribusi pendapatan dan selera masyarakat.

Perubahan selera masyarakat akan memberikan dampak pada permintaan pada suatu barang.

4) Jumlah penduduk.

Bertambahnya jumlah penduduk akan menimbulkan bertambahnya permintaan pada berbagai jenis barang.

5) Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Ramalan pada kenaikan harga yang akan terjadi di masa yang akan datang akan mendorong konsumen untuk membeli barang tersebut lebih banyak pada masa kini.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFU-UGM), 2004, hal. 113.

<sup>22</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 66-67.

Jika faktor pendapatan, jumlah penduduk, selera dan estimasi barang serta harga substitusi tetap, maka permintaan hanya ditentukan oleh harga. Besar kecilnya perubahan permintaan ditentukan oleh besar kecilnya perubahan pada harga. Apabila hal ini terjadi, maka berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran. Perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan disebut dengan hukum permintaan.<sup>23</sup>

Hukum permintaan menyatakan:

Bila harga suatu barang naik, maka permintaan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka permintaan akan naik.<sup>24</sup>

Berdasarkan hukum permintaan tersebut, terdapat adanya hubungan antara permintaan dan harga. Menurut Iskandar dalam Muhamad, secara teori hukum ini dapat dijelaskan manakala pada suatu pasar terdapat permintaan suatu produk yang relatif sangat banyak sehingga:<sup>25</sup>

- 1) Barang yang tersedia pada produsen tidak dapat memenuhi semua permintaan tersebut sehingga untuk membatasi jumlah pembelian produsen akan menaikkan harga jual produk tersebut.
- 2) Penjual akan berusaha menggunakan kesempatan tersebut untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan cara menaikkan harga jual produknya.

Sebaliknya manakala pada suatu pasar permintaan suatu barang relatif sedikit, maka harga akan turun. Keadaan ini dapat dijelaskan:

---

<sup>23</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPF-UGM, 2004), hal. 114.

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ibid.*

- 1) Barang tersedia pada penjual relatif sangat banyak sehingga ketika jumlah permintaan sedikit penjual akan berusaha menjual produknya sebanyak mungkin dengan menurunkan harga jual produknya.
- 2) Penjual hanya akan meningkatkan keuntungan dari volume penjualannya.

b. Penawaran

Penawaran merupakan banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Dengan kata lain, penawaran adalah gabungan seluruh jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, periode tertentu, dan pada berbagai macam tingkat harga tertentu.<sup>26</sup>

Sebagai suatu mekanisme harga, penawaran terjadi disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Harga barang itu sendiri dan harga barang lain atau barang substitusi.  
Jika harga barang naik, maka penawaran akan meningkat. Begitu juga sebaliknya jika harga barang rendah, maka penawaran akan turun.
- 2) Biaya produksi.  
Biaya produksi ini meliputi biaya tenaga kerja, bahan baku, sewa gedung, tanah, mesin, biaya administrasi, dan pajak.
- 3) Teknologi yang digunakan  
Teknologi adalah penemuan dan peningkatan teknologi yang digunakan untuk menurunkan biaya produksi. Apabila teknologi yang canggih telah diterapkan maka biaya produksi akan rendah dan meningkatkan penawaran.
- 4) Jumlah Penjual

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 140.

Jumlah penjual memiliki dampak langsung pada penawaran. Semakin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu maka semakin tinggi pula penawaran akan barang tersebut.

5) Kondisi alam

Kondisi alam yang buruk akan menimbulkan turunnya penawaran pada barang sebagai contoh adalah baang-barang hasil pertanian. Dan jika kondisi alam yang stabil maka penawaran akan barag hasil petanian akan meningkat.

6) Ekspektasi

Ramalan di masa yang akan datang merupakan faktor penting untuk keputusan produksi. Jika harga barang yang diproduksi akan mengalami kenaikan di masa yang akan datang, maka penjual akan menyimpan barang-barang mereka untuk beberapa hari agar dapat dijual dapat dijual ketika harga naik dan mendapatkan keuntungan yang besar.<sup>27</sup> Apabila faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran tersebut dianggap tetap selain barang itu sendiri, maka penawaran hanya ditentukan oleh harga. Besar kecilnya penawaran ditentukan oleh besar kecilnya harga.<sup>28</sup>

Hukum penawaran menyatakan:

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan yaitu, apabila harga naik maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun.<sup>29</sup>

Hukum penawaran tersebut menunjukkan adanya hubungan antara harga dengan penawaran. Dalam teori penawaran, jika jumlah barang yang

---

<sup>27</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya padaAktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 72-73.

<sup>28</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hal. 140.

<sup>29</sup> *Ibid.*

ditawarkan sangat banyak, maka harga barang tersebut akan turun. Sebaliknya jika jumlah barang yang ditawarkan sedikit maka harga akan naik. Teori ini dapat dijelaskan, jika pada suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif banyak maka:

- 1) Barang yang tersedia di pasar dapat memenuhi semua permintaan sehingga untuk mempercepat penjualan, penjual akan menurunkan harga jual produk tersebut.
- 2) Penjual akan berusaha untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan cara memperbanyak jumlah produk yang dijual.<sup>30</sup>

Sebaliknya jika suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif sedikit, maka harga akan naik. Keadaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Barang yang tersedia pada penjual relatif sedikit sehingga ketika jumlah permintaan stabil, maka penjual akan berusaha menjual produknya dengan cara menaikkan harga jualnya.
- 2) Penjual hanya akan meningkatkan keuntungan dari menaikkan harga.<sup>31</sup>

#### c. Jenis Pasar

Jenis pasar akan menentukan harga, karena kebebasan penjual dalam menentukan harga bervariasi berdasarkan jenis-jenis pasar.<sup>32</sup>

Dalam pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), pasar meliputi banyak penjual dan pembeli yang memperdagangkan komoditas yang seragam. Tidak ada penjual atau pembeli yang memiliki pengaruh yang kuat dalam pasar. Seorang penjual tidak dapat menentukan harga lebih tinggi daripada harga pasar

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hal. 141.

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), Edisi kedelapan. Jilid 1, hal. 450.

karena pembeli dapat memperoleh barang yang banyak pada harga pasar. Dan tidak ada penjual yang menentukan harga lebih rendah dari harga pasar karena mereka bisa menjual semua barang yang mereka inginkan pada harga ini. Jika harga dan keuntungan naik, maka penjual baru akan dengan mudah memasuki pasar.<sup>33</sup>

Dalam pasar persaingan monopolistik (*monopolistic competition*), pasar terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang berdagang pada kisaran harga tertentu bukan dalam satu harga pasar. Kisaran harga tersebut terjadi karena penjual dapat mendiferensiasikan penawaran mereka pada pembeli. Pembeli melihat perbedaan pada produk-produk yang ditawarkan penjual dan akan membayar dalam harga yang berbeda untuk setiap produk. Penjual akan berusaha mengembangkan penawaran-penawaran yang berbeda pada segmen-segmen pelanggan yang berbeda dan sebagai tambahan harga, bebas untuk menggunakan merek, iklan, dan penjualan personal untuk membedakan tawarannya.<sup>34</sup>

Dalam pasar persaingan oligopolistik (*oligopolistic competition*), terdiri dari sedikit penjual karena sulit bagi penjual baru memasuki pasar. Setiap penjual harus bersaing dalam menyusun strategi pemasaran dan penentuan harga untuk produknya. Penjual dalam pasar oligopoli tidak pernah yakin apakah mereka akan mendapatkan keuntungan yang permanen saat melakukan pemotongan harga. Namun sebaliknya, jika penjual menaikkan harga maka para pesaingnya belum tentu mengikuti. Penjual dalam pasar oligopoli harus

---

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Ibid.*

bertahan untuk tidak menaikkan harga atau akan berisiko keilangan pelanggannya pada para pesaingnya.<sup>35</sup>

Pasar monopoli murni (*pure monopoly*) terdapat hanya satu penjual. Penjual tersebut mungkin saja merupakan monopoli pemerintah atau perusahaan swasta yang diberi hak monopoli dari pemerintah. Penetapan harga ditentukan dengan cara yang berbeda dalam setiap kasus. Monopoli oleh pemerintah mendorong penetapan harga. Mungkin saja harga yang ditetapkan di bawah biaya produksi karena produk tersebut penting bagi pembeli yang tidak mampu membayar sesuai dengan biaya produksinya. Atau bisa saja harga ditetapkan untuk menutupi biaya atau untuk menghasilkan keuntungan yang besar.<sup>36</sup>

Perusahaan yang telah diberikan hak pemerintah untuk monopoli diijinkan untuk menetapkan harga yang akan menghasilkan laba yang adil, sehingga perusahaan mampu memelihara dan mengembangkan operasinya sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan monopoli tanpa hak monopoli dari pemerintah dapat secara bebas menetapkan harga yang terjangkau oleh pasar. Namun perusahaan-perusahaan tersebut tidak selalu membebaskan harga penuh karena keinginan untuk menarik pesaing, keinginan untuk memasuki pasar lebih cepat dengan harga yang rendah, atau adanya kekuatan peraturan pemerintah.<sup>37</sup>

#### d. Biaya

Biaya merupakan dasar bagi produsen atau perusahaan untuk menetapkan harga produknya. Pada umumnya suatu perusahaan menetapkan harga yang dapat menutupi biaya untuk produksi, distribusi, penjualan produk,

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal. 451.

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> *Ibid.*, hal. 452.

dan memberikan laba yang wajar bagi usaha dan risikonya. Perusahaan dengan biaya produksi rendah dapat menetapkan harga yang lebih rendah untuk penjualan produknya sehingga menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.<sup>38</sup>

Terdapat beberapa bentuk biaya perusahaan. Pertama, biaya tetap (*fixed cost* dikenal juga dengan *overhead*) merupakan biaya yang tidak berubah sejalan dengan tingkat produksi dan penjualan. Kedua, biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang berubah langsung sesuai dengan tingkat produksi. Terakhir adalah biaya tetap (*total cost*) adalah jumlah biaya tetap dan biaya variabel untuk suatu tingkat produksi. Harga ditetapkan dengan sekurang-kurangnya dan dapat menutupi biaya total dari produksi. Apabila produk yang diproduksi lebih besar dari para pesaingnya, maka perusahaan atau produsen harus menetapkan harga yang lebih tinggi untuk mengurangi risiko kerugian.<sup>39</sup>

e. Intervensi Pemerintah

1) Intervensi pemerintah secara langsung

a) Penetapan harga minimum (*floor price*)

Penetapan harga minimum merupakan penetapan harga yang dilakukan pemerintah yang bertujuan untuk melindungi produsen. Penetapan harga minimum ini dilakukan pemerintah supaya tidak ada pihak yang membeli dengan harga murah dan kemudian menjualnya kembali dengan harga yang mahal atau lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan pemerintah.

b) Penetapan harga maksimum (*ceiling price*)

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, hal. 444.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hal 445.

Penetapan harga maksimum atau disebut juga Harga Eceran Tertinggi (HET) dilakukan pemerintah dengan tujuan untuk melindungi konsumen. Kebijakan ini dilakukan pemerintah apabila harga pasar terlalu tinggi diluar daya beli masyarakat atau konsumen. Penjual tidak diperbolehkan untuk menetapkan harga diatas harga maksimum tersebut.

2) Intervensi pemerintah secara tidak langsung

a) Penetapan pajak

Kebijakan ini dilakukan pemerintah dengan cara mengenakan pajak yang berbeda pada berbagai komoditas. Pemerintah bisa saja menetapkan tarif pajak yang tinggi pada baarang-barang impor untuk melindungi produsen dalam negeri. Dengan cara ini konsumen dapat membeli produk dengan dalam negeri dengan harga yang lebih murah.

b) Pemberian Subsidi

Intervensi atau campur tangan pemerintah dalam pentapan harga pasar dapat dilakukan melalui pemberian subsidi. Subsidi biasa diberikan oleh pemerintah kepada perusahaan yang menghasilkan barang kebutuhan pokok. Subsidi juuga diberikan kepada pemerintah kepada perusahaan yang baru berkembng agar mampu bersaing dengan produk impor. Subsidi ini dilakukan pemerintah untuk mengendalikan harga dan melindungi konsumen maupun produsen serta menekan laju inflasi.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Sumarni, Intervensi Pemerintah Antara Penolakan dan Kebutuhan Di Bidang Ekonomi, *Journal of Islamic and Economic Education*, Vol.1 No.2, 2013, hal. 185-186.