

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Kepustakaan

1. Konsep Harga Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

a. Pengertian Harga

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga ditujukan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan terhadap produknya.¹

Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai ketika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga merupakan unsur yang bersifat fleksibel, artinya dapat dirubah. Sedangkan harga menurut Kotler dan Armstrong menyatakan harga adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menemukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menemukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkutan dan berbagai variabel yang bersangkutan.²

Teori harga atau *price theory* adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga barang dipasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang tersebut, sedangkan permintaan dan penawaran suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Kekuatan permintaan dan penawaran membentuk harga. Harga juga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibatfatal terhadap terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank konvensional harga merupakan bunga, biaya iuran dan lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berprinsip syariah harga merupakan bagi hasil.³

¹ Zainab dan Wardah Jafar Supriadi Muslimin, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam," *STAI Al-Azhar Gowa, Al-Azhar Journal of Islamic Economic* vol 2 No 1 (2020): 3.

² Niken Herawati, Aris Hidayat dan Suwarsito, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 2 No. (2018): 525.

³ Supriadi Muslimin, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam."

Harga disebut dengan dua istilah dalam fikih Islam yang berkaitan dengan harga suatu produk, yaitu *as-saman* dan *as-sir*. *As-saman* adalah acuan harga suatu barang, sedangkan *as-sir* adalah harga yang berlaku khusus di pasar. Ulama fiqh membagi *as-sir* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku dengan alami, tanpa campur tangan pemerintah. Pedagang dalam hal ini bebas menjual barang dengan harga yang wajar dan mempertimbangkan keuntungannya. Kedua, harga suatu komoditas ditetapkan pemerintah/paska mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *at-ta'sir al-jabbari*.⁴

b. Dasar Hukum

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat dengan luas oleh nilai-nilai Islam. Salah satunya kegiatannya yaitu bermuamalah atau bertransaksi, menjadi halal hukumnya kecuali terdapat dalil yang melarangnya, terdapat dalil yang berkaitan dengan muamalah dijelaskan dalam Surat An-Nisa':29 yang berbunyi :

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 : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Qs. An- Nisa':29).⁵

Ayat diatas menjelaskan melarang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, ini berarti tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil merupakan membelanjakan hartanya dengan jalan maksiat. Sedangkan dengan jalan batil seperti dengan riba, judi, menipu, dan

⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Yuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), 90.

⁵ https://www.tokopedia.com/s/quran/annisa/ayat29?utm_source=google&utm_medium=organic diakses pada hari senin 23 Januari 2023 pukul 20.30 WIB.

menganiaya.⁶ Ayat tersebut menjelaskan bahwa keadilan dalam melakukan transaksi, dalam hal ini adalah jual beli yang didalamnya terdapat unsur harga yang sama-sama ridha antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi perniagaan.⁷

Ulama fiqh sepakat bahwa ketentuan penetapan harga tidak dijumpai dalam al-Quran. Akan tetapi dijumpai dalam hadist rasulullah SAW dalam beberapa riwayat yang dapat dimasukkan bahwa penetapan harga diperbolehkan dalam keadaan tertentu. Faktor yang paling utama yang menjasi hukum a-ta'sir al-jabbari, menurut kesepakatan para ulama' fiqih merupakan *almaslahah al-mursalah* (kemaslahatan).⁸

قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ غِيًّا السَّعْرُ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ
الْمُسَعِّرُ الْخَالِقُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزْقُ وَإِنِّي لِأَرْجُو أَنَّ أَلْفِي اللَّهِ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ
يُطَا لِنِي بِمُطَلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : Dari Anas bin Malik ia berkata: orang-orang berkata:Wahai Rasulullah SAW harga telahbnaik, maka tetapkanlah harga untuk kami. Lalu rasulullah SAW bersabda sesungguhnya Allah menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta. (HR. Abu Dawud).⁹

Menurut Hadits ini, penguasa (Imam) tidak berhak menetapkan harga yang berlaku di masyarakat. Masyarakat bebas menentukan harga, menjual aset sesuai aturan yang berlaku. Sementara itu, mazhab Maliki dan Hanafi membolehkan pimpinan menetapkan harga untuk menghindari resiko hal-hal yang dapat merugikan masyarakat jika harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan harga umum. Oleh karena itu dipebolehkan melakukan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pemimpin yang memiliki ilmu cukup demi menjaga kemaslahatan bersama.¹⁰

⁶ Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*, n.d. 78.

⁷ Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2006), 24.

⁸ Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*.

⁹ Imam Asy-Syaukani, *Ringngkasan Nailur Author* (Jakarta: Pustaka Azam, 2006), 104.

¹⁰ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin AlKhattab* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar Grup, 2006), 612.

c. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Berikut merupakan konsep penetapan harga menurut para ahli ekonomi Islam :

1) Abu Yusuf

Seperti ahli ekonomi Islam yaitu Abu Yusuf ulama pertama yang menyinggung mekanisme pasar, beliau meneliti peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Fenomena umum inilah yang kemudian dikritisi oleh Abu Yusuf. Pemahamannya tentang hubungan antara harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva demand. Abu Yusuf membantah fenomena tersebut karena tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan barang sedikit harga akan mahal dan bila persediaan banyak harga akan murah.

Fenomena yang berlaku pada masa Abu Yusuf dapat dijelaskan dalam teori permintaan yang mana teori ini menjelaskan hubungan antara harga dengan banyaknya kuantitas yang diminta menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi adalah negatif, apabila terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan lebih tinggi dan juga sebaliknya apabila barang tersebut melimpah maka harga akan turun. Sehingga hukum permintaan mengatakan apabila harga komoditi naik akan menyebabkan penurunan jumlah komoditi yang dibeli dan juga jika turun maka konsumen akan meningkatkan jumlah komoditi yang dibeli dan juga jika harga akan turun maka konsumen akan meningkatkan jumlah komoditi yang akan dibeli.¹¹

2) Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, ketika suatu kota berkembang dan berpenduduk besar (kota besar), keuntungan pembeliannya adalah untuk membeli barang-barang kebutuhan pokok. Akibatnya, pasokan meningkat dan itu berarti harga lebih rendah. Ibnu Khaldun juga menjelaskan mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Ia menjelaskan lebih rinci pengaruh

¹¹ Supriadi Muslimin, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam."

persaingan antar konsumen terhadap penawaran barang di sisi permintaan.¹²

Bagi Ibnu Khaldun, harga merupakan konsekuensi dari hukum penawaran dan permintaan. Satu-satunya pengecualian terhadap undang-undang ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua item lainnya tunduk pada fluktuasi harga tergantung pada pasar. Jika produk langka dan permintaan tinggi, harga akan tinggi. Jika ada terlalu banyak produk, harga akan rendah.¹³

3) Al-Ghazali

Al-Ghazali pernah berbicara tentang harga dominan yang ditentukan oleh praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian dikenal di kalangan ulama Islam sebagai *at-tzamanal adil* (harga wajar), di kalangan ulama modern sebagai harga keseimbangan (*equilibrium price*).¹⁴

Al-Ghazali juga memperkenalkan teori penawaran dan permintaan, jika seorang petani tidak dapat menemukan pembeli, dia menjualnya dengan harga lebih rendah, dan harga tersebut dapat diturunkan dengan menambah kuantitas barang di pasar. Alghazali juga memperkenalkan elastisitas permintaan, ia mengidentifikasi permintaan pangan yang tidak elastis karena pangan merupakan kebutuhan pokok.¹⁵ Berkaitan dengan hal ini, dia menyatakan keuntungan harus antara 5-10 persen dari harga barang.¹⁶

4) Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah mengatakan, kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah keadilan. Dimanapun ia membedakan antar dua jenis harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara sebagai harga yang adil.¹⁷

¹² Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2014), 223.

¹³ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 361.

¹⁴ Adiwarmaz Azwar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 155.

¹⁵ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 228.

¹⁶ Adiwarmaz Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Persada, 2004), 292.

¹⁷ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai manipulasi pasar. Anggapan ini dibantah oleh Ibnu Taimiyah dengan tegas ia menyatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Selanjutnya ia menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang berinteraksi.

Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan permintaan dan penawaran. Bila seluruh transaksi sudah selesai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Ibnu Taimiyah menentang aturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif.¹⁸

2. Mekanisme Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan berlangsung sejak awal peradaban manusia. Alghazali dalam kitab *ihya'* menjelaskan tentang sebab timbulnya pasar, “dapat saja petani hidup dimana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya pandai besi dan tukang kayu hidup dimana lahan pertanian tidak ada. Namun secara alamiah mereka saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Mereka akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak, dan penyimpanan hasil pertanian. Tempat inilah yang dinamakan pasar.”¹⁹

b. Pasar dalam Perspektif Islam

Pasar selama ini berkembang terkhusus di Indonesia hanya tertuju pada upaya pemaksimalan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya semata dan cenderung terfokus kepada kepentingan sepihak. Sistem tersebut

¹⁸ Supriadi Muslimin, “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam.”

¹⁹ Ain Rahmi, “Mekanisme Pasar Dalam Islam,” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* Vol 4 No 2 (2015): 180.

merupakan sistem yang kurang tepat dengan sistem ekonomi syariah yang menekankan konsep manfaat yang lebih luas pada kegiatan ekonomi termasuk kegiatan mekanisme pasar pada setiap kegiatan ekonomi yang menganut asas-asas keadilan. Realisasi dan konsep ekonomi syariah itu memiliki tiga ciri yaitu prinsip keadilan, menghindari kegiatan yang dilarang dan memperhatikan aspek kemanfaatan.²⁰

Hal ini dalam mekanisme pasar Islam akan tercermin prinsip syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dalam dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah pada perspektif mikro menekankan pada aspek kompetisi atau profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan aspek makro nilai syariah menekankan pada distribusi, pelanggaran riba dan kegiatan yang memberikan manfaat yang nyata pada siste perekonomian. Oleh karena itu manfaat perekonomian Islam ditujukan untuk semua masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.²¹

Tabel 2.1
Kemaslahatan Bagi Masyarakat Berdasarkan Mekanisme Pasar Islam

Unsur Keadilan	Unsur Larangan	Unsur Keunggulan
Transparasi dan kejujuran	Larangan barang, produk jasa dan proses yang merugikan dan berbahaya	Produktif dan tidak spekulatif
Transaksi yang fair	Tidak menggunakan SDM atau barang ilegal dan secara tidak adil	Menghindari barang atau penggunaan SDM yang tidak efisien
Persaingan yang sehat	Larangan melakukan monopoli, penguasaan pasar dan persekongkolan.	Akses seluas-luasnya bagi masyarakat untuk memperoleh barang, produk atau SDM

²⁰ Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar Dalam Islam", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 4 No 2 (2015), 179.

²¹ Ain Rahmi, Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar Dalam Islam", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 4 No 2 (2015), 180.

Saling menguntungkan	Larangan mengambil keuntungan secara berlebihan 50% dari harga awal	Menciptakan suatu citra yang positif dimata masyarakat
----------------------	---	--

3. Persaingan Bisnis

Persaingan usaha bisnis adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing pertandingan dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.²²

Persaingan berdampak pada efisiensi pelaku usaha dalam menghasilkan produk atau jasa. Disisi lain dengan adanya persaingan maka konsumen untung karena memiliki pilihan dalam membeli produk atau jasa dengan kualitas yang baik. Ada beberapa asumsi yang menjadi dasar untuk menentukan adanya persaingan usaha yang mengakibatkan monopoli. Pertama apabila pelaku usaha mempunyai pengaruh untuk menentukan harga. Kedua pelaku usaha tidak merasa perlu untuk menyesuaikan diri terhadap pesaing.²³

Beberepa negara hukum persaingan disebut dengan *Antitrust law* atau anti monopoli. Negara Indonesia hukum anti monopoli diatur dalam UU Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Undang undang ini merupakan pengaturan secara khusus dan komprehensif yang berkaitan dengan persaingan antar pelaku usaha.²⁴

Agama Islam memiliki aturan yang rinci untuk menghindari permasalahan akibat persainganyang tidak sehat. Terdapat tiga unsur dalam persaingan bisnis :

²² Maudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), 86.

²³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Pers, 2009), 98 .

²⁴ Is Susanto, Maya Meilia dan Darania Anisa, "Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia Hukum Ekonomi Islam Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Siyar Iqtishadi* Vol. 3 No. (2019): 82–83.

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan sikap dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim bisnis yang dilakukan dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang telah dimilikinya. Harta yang didapatkan merupakan rizki yang diberikan Allah SWT. Manusia harus berusaha sebaik-baiknya dengan salah satu cara yaitu berbisnis. Karena tidak ada rizki yang tertukar yang sudah diberikan Allah. Sesuai dengan firmanNya QS. Al Mulq:15:²⁵

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjuruNya dan makanlah sebagian rizkinya dan hanya kepadaNya lah kamu (kembali) setelah dibangkitkan.

Keyakinan menjadi landasan sifat tawakal setelah berusaha. Islam dalam hal kerja manusia diperuntukkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Persaingan tidak ditafsirkan sebagai usaha yang mematikan pesaing lainnya, akan tetapi dilakukan untuk membuat produk melalui kualitas dan harga yang baik.

b. Segi cara bersaing

Berbisnis merupakan sebagian dari muamalah, karena bisnis tidak terlepas dari aturan yang mengatur muamalah. Setiap orang dalam berbisnis pasti akan berhubungan satu sama lain. Rasulullah SAW memberi contoh bagaimana bersaing dengan baik. Saat berdagang Rasulullah tidak pernah mematikan pesaingnya. Berbisnis dari cara Rasulullah yaitu selalu memberikan pelayanan dengan baik dan tidak menghalalkan segala cara.

c. Objek yang dipersaingkan

Beberapa keutamaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing sebagai berikut :

1) Produk

Persyaratan yang penting dalam produk yang akan diperjual belikan harus memenuhi kriteria halal. Hal ini penting berhubungan dengan apa yang diperlukan konsumen. Selain itu untuk menghindari adanya penipuan.

²⁵https://www.tokopedia.com/s/quran/annisa/ayat29?utm_source=google&utm_medium=organic diakses pada hari senin 23 Januari 2023 pukul 20.30 WIB.

Kriteria halal merupakan syarat penting bagi persaingan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.

2) Harga

Harga dalam persaingan bisnis merupakan sesuatu yang penting. Hal ini harga yang ditentukan harus kompetitif antara satu dengan lainnya dan mempertimbangkan modal sesuai cara yang baik dan tidak mematikan pebisnis lainnya. Misalnya dengan membanting harga agar pebisnis lainnya menjadi rugi. Bisnis dalam Islam membanting harga dengan harapan pesaing rugi adalah hal yang dilarang. Islam mengajarkan bersaing dengan cara sehat dan baik.²⁶

3) Tempat

Tempat usaha juga hal yang utama dalam membangun sebuah bisnis. Semakin strategis tempat usaha bisnis semakin memberikan keuntungan yang menjanjikan. Akan tetapi tempat bisnis harus memiliki kriteria yang aman, bersih dan juga nyaman. Hal tersebut harus dipenuhi agar menarik para konsumen. Islam juga menjelaskan bahwa tempat berbisnis yang baik adalah yang menghindari dari hal-hal yang diharamkan seperti terdapat gambar porno, minuman keras, dan lain-lainnya yang dilarang agama.

4) Pelayanan

Pelayanan yang baik dalam berbisnis akan menjadi daya tarik utama. Seperti keramahan, murah senyum, kesabaran akan menjadikan suatu bisnis semakin berkembang. Islam melarang menempatkan para penjual atau pelayanan perempuan yang seksi dan auratnya terbuka. Hal ini yang paling utama pelayanan yang sungguh menjadikan pembeli sebagai raja dan dihormati.

5) Pelayanan Pasca Berbisnis

Pelayanan seperti ini bisa dilakukan sesuai dengan akad antara penjual dan pembeli sesuai dengan kesepakatan. Seperti memberikan garansi. Pelayanan semacam ini adalah suatu bentuk pelayanan gratis yang diberikan kepada konsumen dengan kesepakatan di awal pada saat akad.²⁷

d. Aspek Positif Persaingan

Secara garis besar persaingan terdapat aspek positif dari perspektif non-ekonomi dan ekonomi :

²⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Pers, 2009), 99-107.

²⁷ M. Karebet Widjajaksuma Ismail Yusanto, *Mengggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 96-97.

- 1) Perspektif Non Ekonomi
 - a) Penjual dan pembeli masing-masing berdiri sendiri sebagai unit-unit terkecil dan independen yang ada dalam persaingan, kekuasaan ekonomi didukung faktor ekonomi menjadi tersebar.
 - b) Sistem ekonomi pasar yang kompetitif bisa menyelesaikan persoalan ekonomi secara impersonal bukan melalui personal pengusaha maupun birokrat.
 - c) Kondisi persaingan juga berkaitan erat dengan kebebasan manusia untuk mendapatkan kesempatan yang sama dalam berusaha.
- 2) Perspektif Ekonomi
 - a) Persaingan adalah sarana untuk melindungi para pelaku ekonomi terhadap eksploitasi penyalahgunaan.
 - b) Persaingan mendorong alokasi dan realokasi sumber-sumber daya ekonomi sesuai dengan keinginan konsumen
 - c) Persaingan bisa menjadi kekuatan untuk mendorong penggunaan sumber daya ekonomi dan metode pemanfaatannya secara efisien.
 - d) Persaingan bisa merangsang peningkatan mutu produk, pelayanan, proses produksi, dan teknologi.
- e. Aspek Negatif Persaingan
 - 1) Sistem persaingan memerlukan biaya dan kesulitan tertentu yang tidak didapatkan dalam sistem monopoli.
 - 2) Persaingan bisa mencegah koordinasi yang diperlukan dalam industri tertentu.
 - 3) Persaingan apabila dilakukan oleh para pelaku ekonomi yang tidak jujur, bisa bertentangan dengan kepentingan publik.²⁸

4. Etika Bisnis dalam Islam

a. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan, atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. Menurut K. Bertens dalam buku etika merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian. Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai atau norma-norma yang menjadi acuan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam

²⁸ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 48-51.

mengatur tingkah laku. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik buruk.

Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku yang dianut dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al-Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Islam mengatur etika bisnis dan sudah banyak dibahas diberbagai sumber yang utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.²⁹

Etika bisnis dalam Islam sebenarnya sudah diajarkan nabi Muhammad SAW saat beliau berdagang. Beliau memiliki sifat *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, *fathanah*, dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) *Shidiq*, memiliki arti kejujuran dan dilandaskan dengan ucapan, keyakinan dan amal perbuatan. Konsisten dalam kebaikan meskipun menghadapi banyak godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditunjukkan dengan keteguhan dan kesabaran sehingga menghasilkan sesuatu yang baik dan optimal.
- 2) *Fathanah*, memiliki arti cerdas dan mengerti sesuatu yang menjadi tugas kewajibannya. Sikap ini menghasilkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan inovasi dalam berbisnis.
- 3) *Amanah*, berarti tanggungjawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan dan kejujuran.
- 4) *Tabligh*, mengajak sekaligus memberi contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.³⁰

b. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Alquran merupakan pedoman bagi umat Islam yang diturunkan kepada Allah dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Didalamnya banyak terkandung ajaran-ajaran atau prinsip-prinsip serta jawaban dari berbagai masalah kehidupan, tidak terkecuali masalah ekonomi serta masalah etika yang tidak boleh lepas dari kegiatan bisnis.

²⁹ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam Konsep Dan Implementasi Pada Perilaku Usaha Kecil," n.d.

³⁰ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 236.

Aktifitas bisnis menurut Islam harus dipandang sebagai suatu karya manusia dalam menjalankan kegiatan misalnya produksi. Islam menjelaskan dan menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rizki dimuka bumi ini sebagai bekal hduonya didalam menopang ibadahnya kepada Allah SWT. Segala sumber daya alam yang tersedia didunia terdiri atas tanah yang subur dan manusia diciptakan untuk mengelola dan memanfaatkannya demi mencapai kesehatan lahir dan batin. Ini sejalan dengan firman Allah :³¹

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ لَا يَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecualidengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. Maksudnya mengatakan yang sebenarnya meskipun merugikan Kerabat sendiri. Maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.”(QS. Al-An’am [6]: 152)³²

c. Prinsip Etika Bisnis Islam

Para pemikir ekonomi syariah berbeda pendapat dalam memberikan kategori terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Namun berbagai perbedaan pendapat itu pada dasarnya bahwa konsep serta prinsip dasar etika dalam dunia bisnis berdasarkan hukum Islam Al Quran ialah :

1) Prinsip Tauhid

Hal ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu. Konsep tauhid dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat fertikal

³¹ Muthmainnah dan Nursyamsu, “Landasan Hukum Islam : Etika Bisnis Syariah Dan Faktor Pengembangannya,” *Jurnal Syariah* Vol 5 No. (2017): 63.

³² Departemen Agama RI, *Mushaf AlQuran*, 117.

dan horizontal karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir suatu bentuk hubungan yang sinergis antara Tuhan dengan hamba-Nya, sekaligus hamba dengan yang lainnya. Prinsip ini juga berkaitan erat dengan aspek pemilikan dalam Islam. Kepemilikan mutlak tidak dibenarkan dalam ekonomi syariah, kepemilikan mutlak hanya milik Allah swt, sedangkan kepemilikan manusia bersifat relative.

2) Prinsip Kesimbangan atau Keadilan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil di dalam berbisnis, karena kecurangan bertanda kehancuran, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Termaksud didalamnya pengurangan timbangan dan takaran serta kewajiban untuk bersikap adil.

Islam menuntut keseimbangan, kesejajaran atau keadilan antara kepentingan diri dan orang lain, si kaya dan si miskin dan antara hak pembeli dan penjual dan sebagainya. Artinya, hendaknya sumber daya ekonomi itu tidak hanya terakumulasi pada kalangan orang dan kelompok tertentu semata.

3) Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting, tetapi kebebasan tersebut jelas bersifat terbatas dan tidak membawa dampak kerugian bagi umat. Bagi individu, kebebasan akan memberikan peluang selebar-lebarnya untuk bias selalu aktif berkarya, bekerja dalam segala potensi yang dimiliki demi mendapatkan tujuan. Dan tentunya aspek kebebasan tersebut harus dikorelasikan dengan kehidupan sosial yang ada (melalui zakat, infak dan sedekah). Namun kebebasan manusia tidaklah mutlak, melainkan terbatas, karena dalam skema etika Islam manusia adalah pusat ciptaan Tuhan sekaligus menjadi wakil Tuhan dimuka bumi, Hal ini bertujuan agar manusia dapat mengendalikan kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi.

4) Prinsip Pertanggungjawaban

Manusia didalam Islam memiliki tanggung jawab terhadap Tuhan karena kita adalah makhluknya yang mengakui ketauhidanNya, berbuat baik kepada orang lain karena kita adalah makhluk sosial, dan kepada diri sendiri karena manusia adalah makhluk yang bebas berkehendak, maka segala sesuatu akan dipertanggung jawabkan sendiri dan bukan orang lain.

5) Prinsip Kebenaran

Prinsip ini mengandung dua unsur penting, yakni kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar dan jauh dari kesan salah baik dalam proses transaksi, mencari, memperoleh ataupun mengembangkan usaha harus dengan prinsip kebenaran. Didalam AL-Quran prinsip kebenaran ditunjukkan pada penegasan keharusan memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis

6) Prinsip Ihsan

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain. Atau dalam istilah lain, beribadah atau berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka Allah yang melihat apa yang kita kerjakan.³³

d. Tujuan Bisnis dalam Islam

Bisnis dalam Al-Qur'an dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman.

- 1) Bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar, yaitu:
 - a) Mengetahui investasi yang paling
 - b) Membuat keputusan yang logis
 - c) Mengikuti perilaku yang baik
- 2) Bisnis yang merugi. Bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena ketidakadaan atau kekurangan beberapa elemen dari bisnis yang menguntungkan.
- 3) Menyimpan Prestasi, Hadiah dan Hukuman. Hal ini Al-Quran menekankan bahwa segala aktivitas manusia tidak lepas dari perhatian dan pencatatan Allah SWT. Oleh karena itu, siapa saja yang mencapai suatu prestasi positif akan mendapat imbalan (reward) dan sebaliknya.³⁴

e. Etika Perilaku Produsen dan Konsumen

1) Etika Perilaku Produsen

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan atas gerak permintaan konsumen, dan pada umumnya produsen selalu berupaya untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun apabila aktivitas

³³ Muthmainnah dan Nursyamsu, "Landasan Hukum Islam : Etika Bisnis Syariah Dan Faktor Pengembangannya, Jurnal Syariah, Vol 5 No. 1 (2017), 63-69"

³⁴ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 12.

produsen dipengaruhi semangat ruh Islam, maka aktivitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma yang berlaku dalam syariat Islam. Berikut ini diuraikan beberapa hal yang terkait pola produksi di bawah pengaruh semangat Islam.

- a) Barang dan jasa yang haram tidak diproduksi dan dipasarkan. Produsen muslim tidak memproduksi dan memasarkan barang dan jasa yang menyimpang dari ketentuan syariat Islam, seperti tidak memproduksi makanan haram, minuman yang memabukkan, atau menjalankan usaha-usaha maksiat (prostitusi, judi, dan sejenisnya).
- b) Produksi barang yang bersifat kebutuhan sekunder dan tersier disesuaikan dengan permintaan pasar. Kalau tidak demikian, kegiatan produksi kan membawa dampak negatif terhadap masyarakat. Apalagi jika pemasaran produk diiringi promosi dan iklan besar-besaran, hanya akan melahirkan budaya konsumtif.
- c) Produsen harus terus memantau (mempertimbangkan sepenuhnya) permintaan pasar. Dalam proses produksi dan distribusi, produsen harus mempertimbangkan aspek ekonomi, seperti tidak melakukan kegiatan produksi dengan biaya tinggi.
- d) Dilarang mengumpulkan item untuk keuntungan yang tinggi.

Menurut pandangan Islam, motivasi kegiatan produsen atau pengusaha atau penjual adalah:

- a) Berdasarkan sepenuhnya pada gagasan Islam tentang keadilan.
 - b) Mencoba membantu masyarakat dengan mempertimbangkan kebajikan orang lain ketika seorang pengusaha membuat keputusan terkait dengan kebajikan bisnisnya.
 - c) Batasan maksimalisasi keuntungan berdasarkan batasan yang ditetapkan oleh prinsip syariah Islam.
- 2) Etika Perilaku Konsumen

Dalam ajaran Islam, aspek terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen saat mengajukan permintaan ke pasar adalah:

- a) Permintaan untuk memenuhi kebutuhan pasar terbatas pada produk yang penggunaannya tidak dilarang oleh hukum Islam.
- b) Cara hidup yang tidak sombong.
- c) Pemenuhan kebutuhan konsumen secara adil tidak hanya mengacu pada kebutuhan material tetapi juga kebutuhan non material seperti memperoleh informasi dan hubungan sosial.
- d) Selain realisasi kepentingan pribadi, perhatian juga diberikan pada kepentingan sosial masyarakat.
- e) Konsumen juga harus memperhatikan kepentingan konsumen lain dan kepentingan negara.³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini tabel beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Faqih, Moh Rodiaminollah, dan Lailatul Kodariyah, Iqtisodina, Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam Vol. 5 No. 1 Juni 2022	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Garam dalam Menetapkan Harga Jual Menurut Perspektif Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga pokok produksi garam ditentukan oleh para pedagang berdasarkan kesepakatan dengan petani garam.
	Persamaan : 1. Menggunakan tema yang hampir sama yaitu mengenai harga 2. Penelitian bersifat kualitatif 3. Sumber data dilakukan dengan sama yaitu dengan wawancara		

³⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 140.

	<p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti akan melakukan penelitian tentang persaingan harga dan mekanisme pasar pada industri kain tenun Troso, sedangkan peneliti terdahulu melakukan penelitian tentang analisis penentuan harga pokok dan harga jual pada produksi garam. 2. Peneliti melakukan penelitian di UMKM di Desa Troso, Jepara. Sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di UMKM Polagan, Slempang. 		
2.	Megawati	Persaingan Harga di Pasar Teppo Kab. Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)	Penentuan harga pada pasar Teppo Kab. Pirang berdasarkan pada harga jual dan minat pembeli, dimana pedagang akan menjual dan mengambil keuntungan diatas harga modal.
	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penelitian yang sama yaitu mengenai persaingan harga 2. Melakukan penelitian kualitatif 3. Sumber sama yaitu dengan wawancara <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti melakukan penelitian dalam Industri Kain. Sedangkan penelitian terdahulu yaitu melakukan penelitian persaingan harga Pasar Teppo. 2. Peneliti melakukan penelitian tentang persaingan harga dan mekanisme pasar. Sedangkan penelitian terdahulu hanya persaingan harga di Pasar Teppo. 		
3.	Ernita Yunita Siregar, Islamic Business and Finance, Vol.	Analisis Mekanisme Pasar Menurut Perspektif Islam di Kabupaten	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pasar di Desa

	1 No. 1, April 2020	Mandaling Natal	Mandailing Natal dibutuhkan peran pemerintah menurut perspektif Islam.
	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan tema yang hampir sama yaitu mengenai harga 2. Penelitian bersifat kualitatif <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti melakukan penelitian tentang persaingan harga dan mekanisme pasar. Sedangkan penelitian terdahulu hanya tentang mekanisme pasar. 2. Peneliti melakukan penelitian di Industri kain di Troso, sedangkan penelitian terdahulu melakukan penelitian dalam Pasar Mandailing Natal. 		
4.	M. Amir Rais, 2018	Analisis Mekanisme Penetapan Harga Pada Pembuatan Emas Menurut Perspektif Hukum Islam.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga perhiasan emas di Toko Mas Keuchik Leumiek disesuaikan dengan nilai karat tingkat kemurnian dan tingkat kerumitan dari bentuk emas.
	<p>Persamaan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan tema yang hampir sama yaitu mengenai harga 2. Penelitian bersifat kualitatif 3. Sumber data dilakukan dengan sama yaitu dengan wawancara <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti melakukan penelitian tentang persaingan 		

	<p>harga dan mekanisme pasar. Sedangkan penelitian terdahulu hanya tentang penetapan harga.</p> <p>2. Peneliti melakukan penelitian di Industri kain di Troso, sedangkan penelitian terdahulu melakukan penelitian di Toko Mas Keuchik Leumiek.</p>		
5.	<p>Sovi Nur Aisyah, 2015.</p>	<p>Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Jl. Perjuangan Cirebon)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga yang dilakukan di Toko Arafah menggunakan metode penetapan harga cost plus pricing methode.</p>
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan tema yang hampir sama yaitu mengenai harga 2. Penelitian bersifat kualitatif 3. Sumber data dilakukan dengan sama yaitu dengan wawancara <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti melakukan penelitian tentang persaingan harga dan mekanisme pasar. Sedangkan penelitian terdahulu hanya tentang penetapan harga jual. 2. Peneliti melakukan penelitian di Industri kain di Troso, sedangkan penelitian terdahulu melakukan penelitian di Toko Arafah Cirebon. 			

C. Kerangka Berfikir

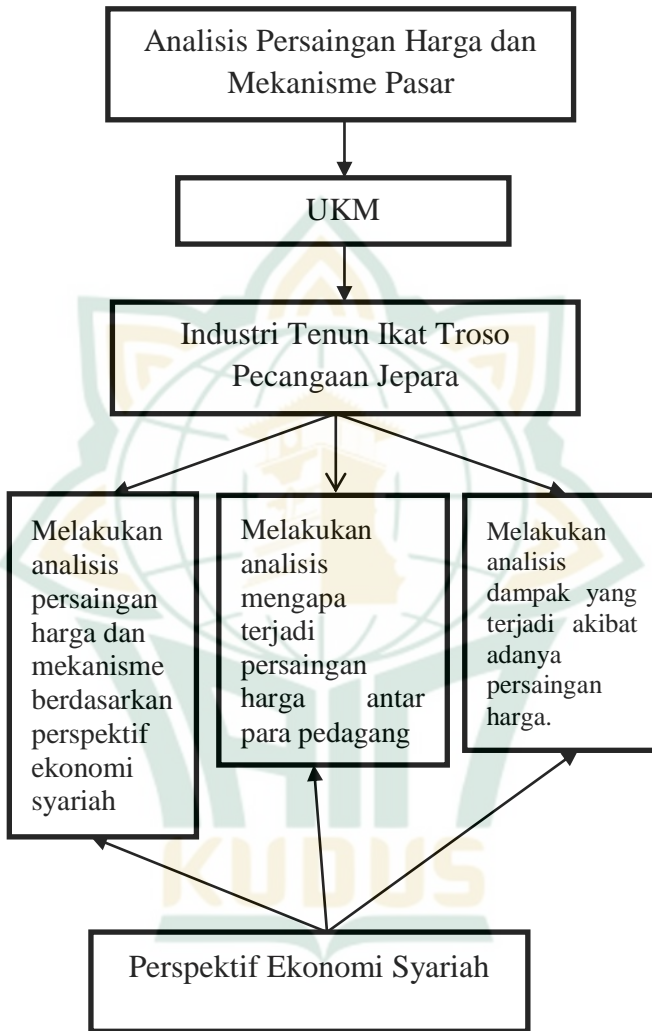
Kerangka berfikir merupakan suatu alur yang mendenifisikan proses penelitian secara menyeluruh. Dengan istilah lain, kerangka berfikir merupakan miniatur dari proses penelitian yang dilakukan.³⁶ Kerangka yang baik pada umumnya mengungkapkan hubungan antara

³⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 48.

variabel secara jelas, variabel tersebut terdiri dari variabel dependen dan independen. Kerangka berfikir dalam penelitian juga harus mengemukakan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan yang terdiri dari dua variabel atau lebih. Dalam menyusun hipotesis pada kerangka berfikir juga diperlukan hubungan antara komparasi maupun variabel. Seseorang yang melakukan penelitian harus dapat menguasai teori-teori ilmiah yang akan digunakan dalam argumentasi terkait dalam hipotesis. Pada kerangka gambaran sementara terhadap gejala objek permasalahan.³⁷



³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008, 60).

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Berdasarkan bagan diatas, dapat dijelaskan bahwa jika analisis persaingan harga dan mekanisme pasar yang tidak stabil menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi harga industri kain tenun ikat Trosro dalam menerapkan pandangan berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Selain itu analisis dampak-dampaknya juga dapat diketahui akibat dari persaingan harga dan mekanisme pasar yang kurang baik sehingga para pengrajin dan penjual dapat menemukan strategi bagaimana cara agar harga kain dapat stabil dan mekanisme pasar yang baik.