

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Peran Pemerintah dalam Pasar

1. Teori Peran

Peran (*role*) merupakan proses dinamis kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan panan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya.

Teori Peran (*Role Theory*) adalah teori yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seseorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Peranan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku seseorang sesuai dengan status kedudukannya dalam masyarakat.

Terdapat dalam ilmu antropologi dan ilmu-ilmu sosial peranan adalah tingkah laku individu yang mementaskan suatu kedudukan tertentu. Pendapat lain dikemukakan oleh Livinson yang dikutip oleh Soerjono Soekanto bahwa :

- a. Peranan meliputi norma – norma yang diungkapkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat,
- b. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi,
- c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting sebagai struktur sosial masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas, peranan dapat diartikan sebagai suatu prilaku atau tingkah laku seseorang yang meliputi norma-norma yang diungkapkan dengan posisi dalam masyarakat. Pendapat lain

dalam buku sosiologi suatu pengantar bahwa “Peranan adalah suatu perilaku yang diharapkan oleh orang lain dari seseorang yang menduduki status tertentu”.

Wirutomo dalam David Berry bahwa “peranan yang berhubungan dengan pekerjaan, seseorang diharapkan menjalankan kewajiban-kewajibannya yang berhubungan dengan peranan yang dipegangnya”. Peranan didefinisikan sebagai seperangkat harapan-harapan yang dikenakan kepada individu yang menempati kedudukan social tertentu. Peranan ditentukan oleh norma-norma dalam masyarakat, maksudnya kita diwajibkan untuk melakukan hal-hal yang diharapkan masyarakat di dalam pekerjaan kita, di dalam keluarga dan di dalam peranan-peranan yang lain.

Peranan terdapat dua macam harapan, yaitu: pertama, harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran, dan kedua harapan-harapan yang dimiliki oleh pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya. Dalam pandangan David Berry, peranan-peranan dapat dilihat sebagai bagian dari struktur masyarakat sehingga struktur masyarakat dapat dilihat sebagai pola-pola peranan yang saling berhubungan.

Pendapat lain Alvin L. Bertran yang diterjemahkan oleh soeleman B. Taneko bahwa “Peranan adalah pola tingkah laku yang diharapkan dari orang yang memegang status atau kedudukan tertentu”.

Berdasarkan Pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa peranan merupakan aspek dinamis berupa tindakan atau perilaku yang dilaksanakan oleh orang atau badan atau lembaga yang menempati atau mengaku suatu posisi dalam sistem sosial.¹

¹Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta, 2009, hlm. 212-213

2. Peran Pemerintah dalam harga Pasar

Dewasa ini tidak ada lagi pasar yang sama sekali bebas. Di semua negara pemerintah secara aktif ikut campur tangan untuk mengatur produksi, distribusi, dan konsumsi; mengawasi keuangan dan perkreditan; menjaga kestabilan harga dan kesempatan kerja. Selain itu, juga ada sejumlah hal yang langsung diatur/ditetapkan oleh pemerintah tidak melalui permintaan dan penawaran di pasar.

Luas campur tangan pemerintah dalam perekonomian tergantung pada tata ekonomi yang dianut. Di Indonesia, berdasarkan UUD'45 dan GBHN, pemerintah campur tangan untuk menanggapi dan atau melengkapi kekurangan-kekurangan pada sistem pasar bebas. Sebab "Demokrasi Ekonomi" Indonesia yang berdasarkan Pancasila tidak enghendaki persaingan "bebas" dalam arti bahwa yang kuat bebas mencekik kaum ekonomi lemah, atau pemegang monopoli bebas memeras sesama warga masyarakat..Seperti peranan pemerintah daerah tentang perdagangan tertuang dalam UU Republik Indonesia no. 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasal 95 poin c, bahwa pemerintah Daerah bertugas mengendalikan ketersediaan, stabilisasi harga, dan distribusi barang kebutuhan pokok dan/barang penting.²Untuk membela produsen yang lemah serta untuk melindungi para konsumen, pemerintah ditugaskan mengasi, mengatur serta mengarahkan bekerjanya sistem pasar dan mengendalikan harga yang terbentuk di pasar.

(1) Pemerintah sebagai Penjual atau Pembeli

Apabila pemerintah memasuki pasaran sebagai pembeli atau penjual, mekanisme pasar tetap berlaku. Misalnya, pemerintah melalui BULOG membeli beras di waktu panen untuk membentuk stok nasional, kemudian menjualnya pada waktu paceklik, atau disebut sebagai "operasi pasar".

²Undang-undang Perindustrian (UU RI No.3 Tahun 2014) & Undang-undang Perdagangan (UU RI NO.7 Tahun 2014) dihimpun oleh Redaksi Sinar Grafika, Jakarta, Sinar Grafika, 2014, hlm. 173

Prinsip yang sama berlaku pula apabila pemerintah membatasi impor untuk melindungi produsen dalam negeri, atau melarang ekspor barang tertentu untuk mempertahankan harga di pasaran dalam negeri.

a) Penetapan Harga

Dalam melakukan penetapan harga, pemerintah bisa melalui dua cara, yaitu HET (Harga Eceran Tertinggi) atau *ceiling price* dan Harga Dasar atau *floor price*. Jika harga suatu barang dianggap terlalu tinggi sehingga tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, maka pemerintah dapat menetapkan HET. Maksud HET ialah bahwa suatu barang tidak boleh dijual dengan harga lebih tinggi daripada yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Persoalan yang timbul apabila HET ditetapkan lebih rendah daripada harga keseimbangan pasar ialah bahwa pada harga HET itu jumlah yang akan dibeli lebih besar daripada jumlah yang akan dijual, sehingga timbul kekurangan suplai.

Ada beberapa cara untuk membagikan persediaan yang terbatas. Sebab, jelas tidak semua orang yang menginginkan atau membutuhkan barang yang bersangkutan akan mendapatkan sebanyak yang mereka minta.

- Siapa datang lebih dulu, dilayani lebih dulu. Yang datang kemudian tidak kebagian. Jadi, orang yang membutuhkan barang tersebut harus antri.
- Untuk menghindari penyalahgunaan, maka dapat diadakan penjatahan (*rationing*). Misalnya setiap kepala keluarga ditentukan jatah tertentu. Cara ini pun memerlukan pengawasan yang ketat dan terus-menerus karena akan mudah sekali timbul korupsi atau pasar gelap.

Dan juga apabila harga suatu barang dipandang terlalu rendah sehingga pendapatan para produsen terancam. Untuk melindungi para produsen, maka pemerintah dapat campur tangan dengan

menetapkan harga dasar atau harga minimum atau Harga Eceran Terendah. Misalnya, jika harga beras dipasar bebas turun dibawah tingkatan yang dipandang wajar, maka para petani dapat menjual berasnya kepada BULOG dengan harga dasar seperti yang telah ditetapkan pemerintah. Dengan demikian, pemerintah menjamin harga minimum untuk para petani, dan mencegah keuntungan tak wajar jatuh di tangan pedagang.

(2) Pajak dan Subsidi

Dengan menetapkan pajak tertentu pada suatu barang, akan membuat harga suatu barang akan semakin tinggi. Besaran nilai pajak yang dibebankan terhadap suatu barang, tergantung jenis dan nilai kepentingan barang tersebut. Pajak ini harus dibayar oleh penjual kepada pemerintah, tetapi oleh penjual akan dibebankan kembali kepada pembeli dalam bentuk harga jual yang lebih tinggi.

Keadaan akan menjadi terbalik jikalau pemerintah menerapkan subsidi. Dengan memberikan subsidi pada suatu barang, akan membuat harga barang tersebut mengalami penurunan, hal ini biasa terjadi pada pada barang yang menjadi hajat orang banyak seperti untuk BBM (bensin maupun minyak tanah atau gas) juga untuk pupuk yang diperlukan oleh para petani. Pemberian subsidi biasanya disertai dengan bermacam-macam peraturan lain, misalnya penetapan harga, pedoman kalkulasi harga pokok, pembebasan pajak, daftar prioritas, dan lain-lain.³

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam Islam, harga yang seharusnya berlaku di pasar yaitu harga yang adil. Sebagaimana dalam QS. An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :



³T. Gilarso, *Ibid*, hlm. 80-85



Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruhkamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kamu kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan”.

Dalam bahasa Arab terdapat beberapa terma yang maknanya menunjukkan kepada harga yang adil, anantara lain si'r al-misl, saman al-misl dan qimah al adl. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ketika menetapkan nilai baru atas diyat (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga naik. Istilah qimah al-adl juga banyak digunakan oleh para hakim tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan tas harta milik, dan sebagainya.

Ibn Taimiyyah sering menggunakan dua terma tentang harga, yaitu 'iwad al-misl (equivalen compensation atau kompensasi yang setara) dan saman al-misl (equivalen price/ harga yang setara). Saman al misl adalah suatu konsep dimana harga yang ditetapkan didasarkan keadilan. Artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal sehingga produsen memperoleh laba yang sangat tinggi, namun juga tidak terlalu murah sehingga produsen merugi. Saman misl adalah harga yang wajar dan juga tingkat laba yang tidak berlebihan.

Konsep harga yang adil jelas menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga. Jika konsep just price hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja, konsep ini jelas kurang memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas harga suatu barang. Itulah sebabnya syariah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk melalui kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Seperti dalam hadist:

عن أنس بن مالك قال: غلا السعر على عهد رسول الله، فقال الناس يا رسول الله! غلا السعر، فسعر لنا، فقال رسول الله: إن الله هو المسعر، القابض، الباسط، الرازق، وإني لأرجو أن ألق الله تعالى، وليس أحد منكم يطلبني بمضلة في دم ولا مال.

Artinya: Dari Annas bin Malik ia berkata, ‘pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah SAW, maka orang-orang pun berkata, ‘wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah standar harga untuk kami.’ Rasulullah lalu bersabda, “Sesungguhnya Allah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rizki. Sungguh ketika aku berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta.”⁴

Hadist di atas pada dasarnya menegaskan bahwa harga ditentukan oleh pasar, membiarkan harga berlaku menurut alamiahnya, tanpa campur tangan dari pihak manapun. Misalnya pedagang menjual dagangannya dengan baik dan tidak mengandung kezaliman, namun kemudian harganya naik karena banyaknya orang yang meminta barang tersebut. Namun jika berbagai faktor yang tidak alamiah terjadi di pasar, misalnya terjadi monopoli sehingga masyarakat kesulitan memenuhi kebutuhannya, atau masyarakat sangat memerlukan barang tertentu, namun penjual tidak mau menjualnya kecuali dengan harga yang tinggi, maka diperlukan intervensi terhadap pasar.

Intervensi harga oleh pemerintah merupakan salah satu kebijakan yang sering diperdebatkan efektivitasnya dalam perekonomian. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa mekanisme pasar adalah sesuatu yang alamiah, sehingga intervensi pasar tidak diperlukan. Mayoritas ulama sepakat tentang haramnya campur tangan pemerintah dalam menentukan harga pasar, karena melindungi kepentingan pembeli sama pentingnya dengan melindungi penjual. Memaksa salah satu pihak untuk menjual atau membeli dengan harga tertentu merupakan

⁴ Kitab Bulughul Maram, Hlm. 174-175

suatu kezaliman. Di samping itu, adanya anggapan bahwa kenaikan harga adaah sebagai akibat dari ketidakadilan penjual tidak selamanya benar karena harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.⁵

Seringkali ada beberapa gangguan di pasar yang biasa disebut *market distortion*. Pada garis besarnya, ekonomi Islam mengidentifikasi tiga bentuk distorsi pasar, yakni:

1- Rekayasa penawaran dan rekayasa permintaan

Dalam fikih Islam rekayasa penawaran (*false supply*) lebih dikenal dengan *ihtikar*, sedangkan rekayasa permintaan (*false demand*) lebih dikenal dengan *bay' najasy*.

2- *Tadlis* (penipuan)

Penipuan (*unknown to one party*) dapat mengambil empat bentuk, yakni penipuan menyangkut jumlah barang (*quantity*), mutu barang (*quality*), harga barang (*price*), dan waktu penyerahan barang (*time of delivery*). *Tadlis* terjadi karena adanya *incomplete information*.

3- *Taghrir* / uncertainty (kerancuan)

Kerancuan atau yang biasa dikenal dengan *gharar*, juga mengambil empat bentuk yang menyangkut kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang. Sebagaimana *tadlis*, *taghrir* juga disebabkan adanya *incomplate information*.⁶

Hisbah secara etimologi adalah masdar dari kata kerja – حسب *حسبه* yang berarti menghitung atau mengira. Dalam kamus *al-hadi ila lughah al-Arab*, *hisbah* adalah tugas yang dilakukan oleh negara untuk memastikan rakyat melakukan perintah dan menjauhi larangan syara berkaitan dengan takaran dan timbangan yang benar dan mengawasi

⁵Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Prenada Media, Jakarta, 2015, hlm. 107-110

⁶Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*, Prenada Media group, Jakarta, 2015, hlm. 204

Ali Imran ayat 104:



Untuk mengembangkan perdagangan dan industri, lembaga *al hisbah* memiliki peran yang sangat penting, yakni tugas utamanya adalah melakukan pengawasan umum yang berkaitan dengan keagamaan dan hukum. Yang kedua, khusus berkaitan dengan kegiatan pasar, lembaga pengawar pasar secara umum. Ia secara rutin melakukan pengecekan atas ukuran, takaran, dan timbangan, kualitas barang, menjaga jual beli yang jujur dan menjaga agar harag selalu stabil.

- Memastikan tercukupinya kebutuhan bahan pokok.
- Pengawasan terhadap industri terutama dalam mengawasi standarisasi produk.
- Pengawasan terhadap jasa.
- Pengawasan atas perdagangan, guna menjamin para pedagang tidak melakukan kecurangan terhadap konsumen atas barang dagangannya.

Melakukan intervensi pasar dalam keadaan tertentu. Misalnya, tingginya harga barang yang diakibatkan kelangkaan barang karena penimbunan barang oleh para spekulan.⁷

3. Konsep Harga

a. Definisi Harga

Harga adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan pada suatu produk.⁸ Harga suatu produk merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau jasa. Harga selain merupakan jalan masuknya uang ke perusahaan, juga berhubungan dengan kualitas suatu produk. Konsumen memandang harga sebagai indikator kualitas suatu produk, terutama jika mereka harus mengambil keputusan membeli dengan informasi yang tidak lengkap.⁹

Harga juga sering kali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat atas suatu produk barang atau jasa. Apabila manfaat yang dirasakan oleh konsumen tinggi, maka konsumen akan memberikan nilai harga yang tinggi pula. Akan tetapi, dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen akan membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula

⁷Rozalinda, *op.cit*, hlm 175-183

⁸ Eka Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2008, hlm. 148.

⁹Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2007, hlm. 85

terhadap harga. Dengan demikian dapatlah diartikan pula bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.¹⁰

Philip Kotler menerangkan bahwa harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran, dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat) dan *Promotion* (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.¹¹

b. Harga dalam Islam

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru* yakni nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (*antaradin*). Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi

¹⁰ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1984, hlm. 228.

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2004, hlm. 18.

nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Harga didefinisikan sebagai nisbah pertukaran barang dan uang.¹²

Harga dalam teori ekonomi Islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Konsep harga Islam banyak menjadi daya tarik bagi para pemikir Islam dengan menggunakan kondisi ekonomi di sekitarnya dan pada masanya, pemikir tersebut antara lain:

a) Konsep Harga Abu Yusuf

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang memulai menyinggung mekanisme pasar.¹³ Menurut Abu Yusuf, sistem ekonomi Islam menjelaskan mengikuti prinsip mekanisme pasar dengan memberikan kebebasan yang optimal bagi para pelaku di dalamnya, yaitu produsen dan konsumen. Abu Yusuf memaparkan sebuah tafsir bahwa banyak Warga mengeluh kepada khalifah Umar bin Abdul Aziz karena harga-harga pada zamannya melambung. Umar bin Abdul Aziz menjawab keluhan dari mereka dengan mengatakan bahwa pada penguasa sebelumnya telah memungut pajak dari Ahlu Dzimmah dengan kadar yang melebihi kemampuan orang yang memikunya.¹⁴

¹² Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 154

¹³ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 249.

¹⁴ Heri sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Ekonisia, Yogyakarta, 2002, hlm. 137-138.

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 turun atau lebih rendah.¹⁵

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. Hal ini adalah benar-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.¹⁶

Hal kontroversial dalam analisis ekonomi Abu Yusuf adalah pada pengendalian harga (*Tas'ir*). Abu Yusuf menentang penguasa yang menetapkan harga. Hasil panen yang berlimpah bukan alasan untuk menurunkan harga panen dan sebaliknya kelangkaan tidak mengakibatkan harganya melambung. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa ada kemungkinan kelebihan hasil dapat berdampingan dengan harga yang tinggi dan kelangkaan dengan harga yang rendah.¹⁷

b) Konsep Harga Al Ghazali

¹⁵Op. Cit., Adiwarman Azwar Karim, hlm. 249-250.

¹⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm. 252.

¹⁷Heri sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Ekonisia, Yogyakarta, 2002, hlm. 137-138.

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. Oleh karena itu, kita tidak menemukan karya tulisnya yang khusus membahas ekonomi Islam. Perhatiannya di bidang ekonomi terkandung dalam berbagai studi fiqhnya karena pada hakikatnya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari fiqh Islam.

Pemikiran sosioekonomi AlGhazali berakar dari 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.¹⁸

Sepanjang tulisan Al Ghazali, ia berbicara mengenai harga yang berlaku yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang di kemudian hari dikenal sebagai *al-tsaman al-adil* (harga yang adil) di kalangan ilmuan muslim.

Al Ghazali menunjuk kepada kurva penawaran bahwa jika petani tidak mendapatkan pembeli bagi produk-produknya, ia akan menjualnya dengan harga yang sangat rendah. Ia kelihatannya memiliki wawasan tentang konsep elastisitas permintaan ketika menyatakan bahwa pengurangan margin keuntungan dengan mengurangi harga akan

¹⁸Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2010, hlm. 215-216

menyebabkan peningkatan penjualan, karenanya terjadi peningkatan laba.

Al Ghazali bersikap sangat kritis terhadap laba yang berlebihan. Menurutnya jika seorang pembeli menawarkan harga “yang lebih tinggi” daripada “harga yang berlaku”, penjual harus menolaknya. Karena laba akan menjadi berlebihan walaupun hal itu bukanlah suatu kezaliman jika tidak ada penipuan di dalamnya.¹⁹

c) Konsep Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah adalah seorang *fuqaha* yang mempunyai karya pemikiran dalam berbagai bidang ilmu yang luas, termasuk dalam bidang ekonomi. Ia telah membahas pentingnya suatu persaingan dalam pasar yang bebas (*free market*), peranan “*market supervisor*” dan lingkup dari peranan negara. Negara harus mengimplementasikan aturan main yang islami sehingga produsen, pedagang dan para agen ekonomi lainnya dapat melakukan transaksi secara jujur dan *fair*.²⁰

Pemikiran Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa 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 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

¹⁹*Ibid*, hlm. 221-223.

²⁰*Ibid*, hlm. 251-252.

yang adil atau mungkin juga karena tindakan yang tidak adil.²¹

Menurut Ibnu Taimiyah dalam *Al-Hisbah fi Al-Islam* ia 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 seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT.²²

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran. Ia menggambarkan perubahan harga pasar sebagai berikut: “jika penduduk menjual barang-barangnya secara normal tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karena pengaruh kelangkaan barang atau karena peningkatan jumlah penduduk, kenaikan harga-harga tersebut merupakan kehendak Allah SWT”. Dalam kasus ini memaksa penjual untuk menjual barang-barang mereka pada harga tertentu adalah pemaksaan yang salah.

Ungkapan “dengan jalan harga yang normal tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil” mengindikasikan bahwa harga yang setara itu harus merupakan harga yang

²¹Heri sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, hlm. 140-141

²²Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 160.

kompetitif dan hanya praktik yang penuh dengan penipuan yang dapat menyebabkan kenaikan harga-harga.²³

d) Konsep Harga Ibnu Khaldun

Penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam telah dikaji oleh beberapa fuqaha dan ekonom muslim. Ibnu khaldun dalam membahas tentang harga mengaitkannya dengan teori nilai. Karena nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya aktivitas kerja dan seluruh akumulasi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Dalam *Muqaddimah* dijelaskan bahwa “laba yang di hasilkan manusia adalah nilai yang terealisasi dari tenaga kerjanya”. Adanya kerja, akan menghasilkan produksi barang, sehingga antara kuantitas kerja dan produksi terdapat hubungan timbal balik. Apabila kuantitas kerja meningkat, maka hasil produksi akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, harga memberikan standart penilaian suatu barang yang terbentuk dari kombinasi antara banyaknya kerja dan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang tertentu.

Ibnu khaldun menjelaskan, di samping pembentukan harga ditentukan oleh komposisi di atas, ternyata dalam praktiknya, terbentuknya harga banyak dipengaruhi oleh mekanisme pasar, melalui keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Menurutnya, jika barang-barang (yang diimpor dari luar) itu langka dan permintaan naik, maka harga-harga akan naik. Begitu pula sebaliknya, jika transportasi dan infrastruktur lainnya cukup memadai, sehingga barang-barang yang tersedia berlimpah, maka akan berdampak pada turunnya harga. Dalam *Muqaddimah*

²³Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 358.

dikemukakan bahwa “penduduk suatu kota memiliki makanan lebih banyak dari pada yang mereka perlukan, karena harga makanan murah.”

Ibnu khaldun juga menjelaskan bahwa segala macam kebutuhan hidup manusia disediakan dalam suatu tempat yang disebut dengan ‘pasar’, yang di dalamnya terdapat bermacam-macam barang dagangan itu dapat dikategorikan barang pokok dan barang mewah. Menurutnya, ketika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya meningkat, maka harga barang pokok menjadi murah, sedangkan harga barang mewah menjadi mahal. Hal ini disebabkan produksi barang pokok akan memperoleh perhatian dari setiap orang, sementara permintaan barang mewah meningkat, sehingga harga barang mewah akan naik.

4. Mekanisme Pasar

1) Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam kehidupan sehari-hari, agar kebutuhannya terpenuhi maka masyarakat selaku konsumen membeli barang dan jasa atau keperluannya. Berapa jumlah barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dinamakan permintaan. Permintaan terhadap sejumlah barang atau jasa dapat terwujud apabila didukung dengan daya beli konsumen. Permintaan erat kaitannya dengan hubungan antara jumlah harga barang. Permintaan merupakan jumlah kemungkinan suatu barang dan jasa yang dibeli oleh para konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga yang berlaku, pada waktu tertentu, dan pada tempat tertentu.

a. Hukum Permintaan

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan harganya. Hukum permintaan

pada hakikatnya menyatakan makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

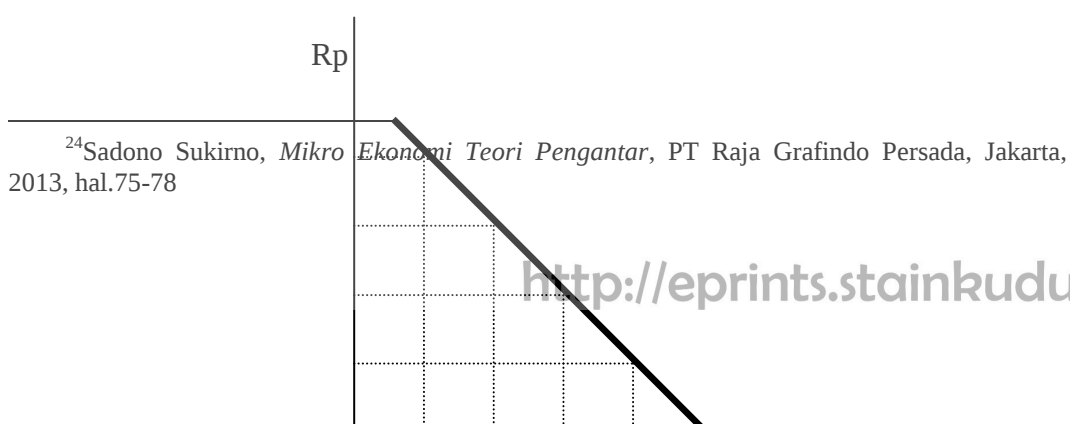
b. Kurva Permintaan

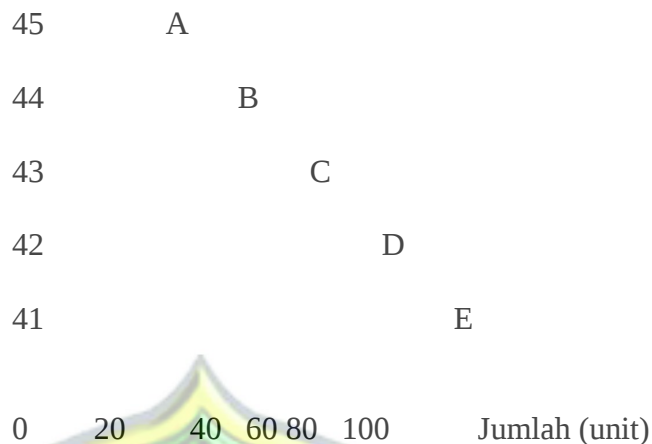
Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Dalam menganalisis permintaan perlu disadari perbedaan antara dua istilah berikut, permintaan dan jumlah barang yang diminta. Apabila ahli ekonomi menyebutkan permintaan, yang mereka maksudkan adalah keseluruhan daripada kurva permintaan. Jadi permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu.²⁴

Tabel 2.1
Kombinasi Harga dan Jumlah Barang yang diminta

Harga (Rp)	Jumlah barang (unit)	Kombinasi
41	100	E
42	80	D
43	60	C
44	40	B
45	20	A

Dari tabel diatas tampak bahwa kenaikan harga barang akan menyebabkan jumlah barang diminta menurun. Hubungan tersebut di atas dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar 2.1

Kurva Permintaan

Kurva di atas menunjukkan berbagai kombinasi dan jumlah barang yang diminta dan berkaitan dengan jumlah barang yang dibeli pada setiap harga oleh semua pembeli potensial.

c. Faktor Penentu Permintaan

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Antara lain:

i. Harga barang itu sendiri

Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut. Antara lain, (i) barang pengganti, yaitu barang lain yang dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Seperti teh dan kopi. Apabila harga barang pengganti turun, maka harga barang yang digantikannya akan mengalami penurunan permintaan. Contoh, Kopi dan teh. (ii) Barang pelengkap, yaitu barang yang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Contoh, kopi dan gula. (iii) Barang netral, yaitu permintaan barang yang tidak mempengaruhi permintaan barang lain. Contoh, beras dan buku tulis.

- ii. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan, barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah.

- iii. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.

- iv. Cita rasa/ selera masyarakat

Citarasa atau selera masyarakat mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Pada tahun 1960-an sedikit sekali orang yang suka menggunakan mobil buatan Jepang, hal ini berbeda dengan kondisi saat ini yang sebagian besar masyarakat memilih mobil buatan Jepang.

- v. Jumlah penduduk
- vi. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untu

menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang, begitu pula sebaliknya.²⁵

d. Faktor-faktor yang Menyebabkan Hukum Permintaan Tidak Berlaku

Hukum permintaan tidak dapat berlaku apabila harganya terdapat faktor-faktor berikut:

(1) Barang Inferior

Merupakan barang yang apabila harganya turun maka jumlahnya akan semakin sedikit diminta oleh konsumen dan sebaliknya.

(2) Hubungan Kualitas Harga

Konsumen sering kali hanya menggunakan potongan harga sebagai pedoman kualitas. Hal ini disebabkan kurang lengkapnya atau sangat sedikitnya informasi yang diterima berkenaan dengan barang-barang yang dimaksudkan. Akibatnya harga barang-barang mahal mempunyai kualitas barang yang lebih baik daripada barang yang harganya lebih rendah.

(3) Kemungkinan Harga Akan Berubah

Pada saat harga suatu barang tertentu mengalami kenaikan, permintaan akan barang tersebut juga akan mencapai kenaikan. Hal tersebut dikarenakan masyarakat mempunyai kekhawatiran apabila harga barang akan terus naik.²⁶

2) Teori Penawaran

Penawaran merupakan banyaknya barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada suatu tingkat harga tertentu.

²⁵*Ibid*, hal. 80-82

²⁶Sukardi, *Ekonomi 1*, Pusat Pembukuan Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2009, hlm. 39.

a. Hukum Penawaran

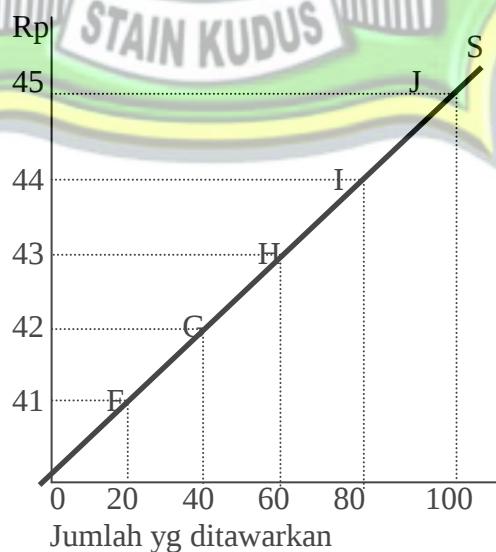
Hukum penawaran pada dasarnya menyatakan bahwa makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

b. Kurva Penawaran

Tabel 2.2
kombinasi harga dan jumlah barang yang ditawarkan.

Harga (Rp)	Jumlah yang ditawarkan (unit)	Kombinasi
41	20	F
42	40	G
43	60	H
44	80	I
45	100	J

Dari tabel diatas digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kurva Penawaran

- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran
- Jumlah produsen di pasar
 - Harga faktor-faktor produksi
 - Harga barang-barang lain
 - Teknologi produksi
 - Harapan atau perkiraan para produsen/penjual tentang masa depan
 - Mungkin juga adanya pajak dan subsidi

3) Keseimbangan Harga

Harga suatu barang dan jumlah barang tersebut diperjualbelikan, ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan, perlulah dianalisis permintaan dan penawaran terhadap sesuatu barang tertentu yang wujud di pasar.

Keadaan di suatu pasar dikatakan dalam keseimbangan atau *ekuilibrium* apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut. Dengan demikian harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan dapat ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan dalam suatu pasar.

Tabel 2.3
Permintaan dan Penawaran Gula Kelapa

Harga per Kg (Rp)	Jumlah yg akan dijual Qs	Jumlah yg akan dibeli Qd	Kelebihan/ kekurangan Qs-Qd	Pengaruh terhadap harga
5.000	11.000	5.000	+6.000	↓
4.000	10.000	6.000	+4.000	↓

3.000	8.000	8.000	0	—
2.000	6.000	11.000	-5.000	↑
1.000	2.000	15.000	-13.000	↑

Dalam tabel diatas dapat dikatakan:

- Pada harga pasar tinggi, para penjual mau menjual banyak, tetapi para pembeli hanya mau membeli sedikit;
- Pada harga pasar rendah, para pembeli ingin membeli banyak, tetapi para penjual hanya membeli sedikit.

Dalam interaksi tawar-menawar antara para pembeli dan penjual akhirnya terbentuk pada suatu harga tertentu, yaitu harga dimana jumlah barang yang akan dijual sama dengan jumlah yang akan dibeli. Harga inilah yang disebut harga pasar atau harga keseimbangan.

Harga jual Rp5.000/kg dapat saja terjadi karena ada beberapa pembeli yang bersedia membayar harga setinggi itu. Namun harga tidak menjadi harga pasar yang umum berlaku karena pada harga tersebut, para penjual akan menjual 11.000kg, sedangkan para pembeli hanya akan membeli 5.000kg saja. Jadi, ada kelebihan sebanyak 6.000kg sehingga penjual akan menurunkan harga dan menjual barangnya dengan harga yang lebih rendah.

Harga jual Rp2.000/kg tidak akan menjadi harga pasar yang umum berlaku karena pada harga tersebut pembeli akan membeli sebanyak 11.000kg, tetapi para penjual hanya menyediakan 6.000/kg saja. Jadi, ada kekurangan penawaran sebanyak 5.000/kg. dalam keadaan seperti ini, tentu akan ada pembeli yang bersedia membayar harga lebih tinggi.

Pada harga Rp3.000/kg jumlah barang yang akan dibeli dan jumlah barang yang akan dijual tepat sama tidak ada kekurangan maupun kelebihan, yaitu 8.000kg. oleh karena itu pada harga ini

semua pihak mendapat apa yang diinginkan, dan tidak ada alasan untuk menaikkan atau menurunkan harga. Maka, harga Rp3.000 ini disebut harga keseimbangan, yaitu harga yang menyeimbangkan permintaan dan penawaran.²⁷

4) Penentuan Harga dalam Islam

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar. Yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara *rela sama rela*, tidak ada pihak yang terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat harga. Keadaan *rela sama rela* merupakan kebalikan dari keadaan *aniaya* yaitu manakala salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain. Dalam hal harga, para ahli fikih merumuskannya sebagai *the price of the equivalent* (harga padan). Konsep harga padan mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi, yaitu keadaan pasar yang kompetitif.

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk usaha yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang. Praktek bisnis yang dilarang antara lain:

- 1- *Talaqqi rukban* yaitu pedagang membeli barang penjual sebelum memasuki kota. Praktek ini dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota.
- 2- Mengurangi timbangan, karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
- 3- Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas barang yang buruk.

²⁷T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Kanisius, Yogyakarta, 2003, hlm. 34

- 4- Menukar kurma kering dengan kurma basah karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- 5- Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya.
- 6- Transaksi *najasy* yaitu si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau *menawar* dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- 7- *Ikhtikar* yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- 8- *Ghabn faa-hisy* (besar) dilarang yaitu menjual di atas harga pasar.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan beberapa penelitian yang sudah terlebih dahulu dilakukan, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Eny Cahyaningsih, dengan judul “Analisis Integrasi Pasar Gula dalam Mendukung Stabilisasi Harga Gula”, penelitian ini menggunakan data sekunder dari Perum BULOG mengenai harga gula pada tingkat pedagang eceran pada beberapa propinsi dalam bentuk *time series* bulanan periode 2011-2013. Metode yang digunakan adalah *Vector Error Correction Model*, pada daerah produsen gula beserta daerah konsumen yaitu Jakarta, Surabaya, Ambon, Palembang, Medan, Lampung, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Makasar dan Mataram. Dengan hasil penelitian bahwa berdasarkan analisis integrasi spasial, semua pasar gula sudah terintegrasi baik pada jangka panjang maupun jangka pendek. Secara keseluruhan diperoleh bahwa pasar-pasar kunci dalam perdagangan gula di Indonesia adalah pasar di wilayah Palembang, Lampung, Jakarta, Surabaya dan Medan. Perubahan harga gula yang

terjadi pada pasar di wilayah tersebut akan menyebabkan perubahan harga gula pada pasar di wilayah lain.²⁸

2. Penelitian dengan judul “Analisis Kebijakan Stabilisasi Harga Gabah/Beras di Tingkat Petani di Propinsi DIY” oleh Syam Arjayanti. Penelitian ini menggunakan kombinasi data primer yang didapat dari petani dan Perum BULOG, dan data sekunder yang diperoleh Dari Badan Pusat Statistik Propinsi D.I Yogyakarta yang menunjukkan bahwa terjadi surplus ketersediaan beras dari jumlah konsumsi masyarakat, sehingga harga beras mengalami penurunan. Dengan berbagai kebijakan pemerintah mencoba mengendalikan harga seperti kebijakan impor, kebijakan perdagangan, kebijakan HPP (Harga Pembelian Pemerintah), kebijakan ketahanan pangan, dll. Meskipun kebijakan HPP memiliki nilai manfaat yang lebih tinggi daripada program yang lain, namun kebijakan tersebut lebih banyak menguntungkan pedagang daripada petani, dan belum berjalannya mitra Bulog dengan petani. Penetapan HPP kurang dimanfaatkan petani karena rumitnya prosedur pengadaan dan tidak transparansinyapenerapan ketentuan kualitas hasil panen. Penetapan setelah panen raya kurang efektif mengatasi anjloknya nilai gabah.²⁹
3. Penelitian selanjutnya oleh Ardito Bhinadi mengenai “Struktur Pasar, Distribusi, dan Pembentukan Harga Beras” yang dilakukan di DI Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei ke kelompok produsen, pengepul, pedagang besar, pengecer 1 dan pengecer 2. Pengambilan sampel masing-masing kelompok pelaku pasar dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Responden pedagang besar, pengecer 1 dan pengecer 2 didistribusi dari delapan pasar yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemilihan pasar dilakukan

²⁸Eny Cahyaningsih. 2015. *Analisis Integrasi Pasar Gula dalam Mendukung Stabilisasi Harga Gula*. Jakarta. Jurnal PANGAN. Vol. 24 No. 2:83-96

²⁹Syam Arjayanti. 2010. *Analisis Kebijakan Stabilisasi Harga Gabah/Beras di Tingkat Petani di D.I. Yogyakarta*. Yogyakarta. Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik. Vol. 15 No. 2:17-34

melalui metode *purposive sampling*, diambil pasar-pasar induk dan besar yang menjadi acuan perdagangan komoditas di DIY. Kedelapan pasar tersebut adalah Pasar Kranggan, Lempuyangan, Beringharjo, Demangan, Piyungan, Wates, Giwangan dan Gamping. Responden produsen dan pengepul berasal dari lima kabupaten dan kota di DIY secara *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 27 orang terdiri dari 5 petani, 6 pengepul, 5 pedagang beras, 6 pengecer 1 dan 5 pengecer 2. Dengan hasil penelitian Pola distribusi beras di DIY mengikuti jalur panjang, yaitu dari Produsen → Pengepul → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen. Banyak beras dipasok dari luar DIY, sehingga gangguan kelancaran distribusi beras dari luar DIY bisa berdampak pada harga-harga beras di DIY. Hambatan distribusi beras adalah buruknya cuaca dan sedikitnya pasokan. Porsi biaya terbesar dari perdagangan beras adalah transportasi, diikuti pengepakan dan bongkar muat. Implikasi dari kesimpulan mengenai struktur pasar, pola distribusi dan penetapan harga beras di DIY terhadap kebijakan pengendalian harga adalah upaya pengendalian harga beras yang dilakukan oleh Pemerintah DIY tidak akan bisa banyak berarti. Penentu harga beras ada pada tingkat Pengepul yang sebagian besar berasal dari luar DIY. Kebijakan pengendalian harga akan efektif jika Pemerintah DIY memiliki pasokan beras yang memadai untuk intervensi pasar. Peran BULOG sebagai lembaga peyangga komoditas beras harus dihidupkan dan difungsikan kembali dengan benar.³⁰

4. Penelitian selanjutnya oleh Manat Rahim, dengan judul “Dampak Kebijakan Harga dan Impor Beras terhadap Nilai Tukar Petani di Pantai Utara Jawa Barat”. Penelitian ini dilakukan di daerah Pantai Utara Jawa Barat dengan menggunakan data *time series* dari tahun 1970 sampai dengan tahun 2002. Kebijakan harga dan penetapan harga periode 1995-2000 menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar

³⁰ Ardito Bhinadi. 2012. *Struktur Pasar, Distribusi, dan Pembentukan harga Beras*. Yogyakarta. Jurnal Ekonomi dan Studi Pengembangan. Vol. 13 No. 1:24-32

33,79% per tahun dan 23,68% per tahun. Sementara masuknya beras ke wilayah Pantai Utara Jawa Barat periode 1995-2000 menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 117,08 % per tahun. Hal ini pada gilirannya akan berpengaruh terhadap harga beras di pasar lokal maupun harga beras di pasar konsumen. Kecenderungan terjadinya harga beras stabil akan mendorong produksi padi. Sementara produksi padi di Daerah Pantai Utara Jawa Barat pada tahun 1999 sebesar 3.519.339,16 ton atau 32,98% dari total produksi Jawa Barat sebesar 10.342.690 ton. Dan hasilnya, kebijakan harga dan impor beras berpengaruh secara nyata dan positif terhadap harga beras di pasar lokal maupun harga beras di tingkat konsumen. Pengaruh impor beras terhadap harga di tingkat petani maupun harga di tingkat konsumen adalah negatif. Pengaruh positif kebijakan harga terhadap harga beras di tingkat petani maupun di tingkat konsumen disebabkan oleh kebijakan pemerintah untuk menjamin ketersediaan dan kelangsungan produksi beras. Sementara itu pengaruh negatif impor beras terhadap harga beras, disebabkan kebijakan pemerintah mengimpor beras pada saat panen raya, permintaan pasar tidak berubah dan kurangnya informasi harga beras di tingkat petani.³¹

5. Selanjutnya penelitian dari Iffaty Nasyi'ah dengan judul "Prinsip Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen". Penelitian ini lebih mengarah kepada perspektif hukum perdata dalam penentuan harga dalam Islam. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, maka kesepakatan mengenai harga dapat diartikan sebuah perjanjian yang harus disepakati antara pelaku usaha dan konsumen. Maka harga yang dimaksud dalam pasal 4 huruf c UU nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah harga yang disepakati oleh kedua belah pihak. Penetapan harga pada dasarnya diserahkan kepada

³¹Manat Rahim. 2010. *Dampak Kebijakan Harga dan Impor Beras terhadap Nilai Tukar Petani di Pantai Utara Jawa Barat*. Kendari, Sulawesi Tenggara: Jurnal Trikonomika. Vol. 9 No. 1:29-36

mekanisme pasar, kecuali jika terdapat distorsi atau penyimpangan yang mempengaruhi harga pasar. Dalam hal ini pemerintah harus melakukan pengawasan, kontrol harga atau intervensi sehingga harga kembali normal. Intervensi pemerintah dalam penetapan harga ini dilakukan melalui dua cara yaitu intervensi secara langsung yang dilakukan dengan menetapkan harga minimum (*floor price*) dan harga maksimum (*ceilling price*) sedangkan intervensi tidak langsung dilakukan dengan membuat kebijakan di bidang perpajakan dan subsidi. sedangkan mengenai nilai tukar barang atau harga, Islam sesungguhnya tidak memberikan batasan yang pasti berapa keuntungan yang boleh diambil oleh pelaku usaha, asal dari mencari keuntungan itu disyariatkan, kecuali apabila dilakukan dengan cara-cara yang bertentangan dengan *syara*.³²

C. Kerangka Berfikir

Islam merupakan agama yang tidak hanya membahas permasalahan yang berkaitan dengan ibadah saja, namun juga membahas tentang *muamalah* (pergaulan sehari-hari). Dalam pergaulan sehari-hari itulah manusia tidak lepas dari jual beli. Entah itu sebagai produsen maupun sebagai konsumen. Keduanya sama-sama bertujuan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.

Dalam jual beli, penentuan besaran harga merupakan hal yang sensitif, karena harus berdasarkn atas kerelaan bersama, sedangkan penjual ingin menjual barang dagangannya dengan harga tinggi, sedangkan pembeli ingin mendapatkan barang dengan harga yang rendah.

Meskipun dalam Islam penetapan harga sepenuhnya diserahkan kepada mekanisme pasar, namun apabila harga yang ditetapkan sudah melebihi harga yang berlaku di pasaran, pemerintah berhak turut campur

³²Iffaty Nasyi'ah. 2014. *Prinsip Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Jurnal Syariah dan Hukum. Vol 6 No. 2:117-127

dalam menjaga harga agar tetap stabil dan tidak membebani salah satu pihak, baik produsen maupun konsumen.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

