

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Pemasaran

Pemasaran secara luas dapat diartikan sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usahanya dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan baik terhadap usahanya. Jadi, jaminan yang baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan.

Pemasaran termasuk salah satu kegiatan yang membantu penciptaan nilai ekonomi. Sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Selain pemasaran, kegiatan lain yang dapat menciptakan nilai ekonomis adalah produksi yang membuat barang-barang dan konsumsi yang menggunakan barang-barang tersebut. Dalam hal ini pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi. Dalam arti pemasaran sebagai penghubung antara produksi dan konsumsi. Dimana penjual berada dipihak yang menjalankan pemasaran dan pembeli berada pada titik konsumsi yang didalamnya terdapat transaksi jual-beli.<sup>1</sup>

Kejadian transaksi jual-beli ini berlangsung pada saat tertentu di tempat tertentu. Sehingga pasar diartikan sebagai suatu tempat. Pengertian pasar sebagai tempat merupakan pengertian yang sempit dan kurang fleksibel.

---

<sup>1</sup>Basu Swastha DH, Ibnu Sukotjo W, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 2002, hlm. 178-179

Oleh karena itu pasar diartikan sebagaimana pengertian pasar yang dikemukakan oleh W. J. Stanton bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Sehingga disebut pasar jika ada ketiga unsur-unsur tersebut.

### 1. Jenis-jenis pasar

Pada intinya pasar dibedakan menjadi 4 golongan sebagai berikut:

- a. Pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.
- b. Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.
- c. Pasar penjual adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapat laba.
- d. Pasar pemerintah adalah pasar dimana terdapat lembaga-lembaga pemerintah, seperti: departemen-departemen, direktor, kantor-kantor dinas, dan instansi lain.<sup>2</sup>

### 2. Saluran pemasaran

Barang setelah selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan keputusan yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Adapun definisi saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ketangan konsumen atau pemakai industri.

Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai ke konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 191-192

digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada, baik melalui perantara atau tidak. Perantara adalah individu lembaga bisnis yang beroperasi diantara produsen dan konsumen atau pembeli industri. Adapun macam-macam perantara yang ada adalah:

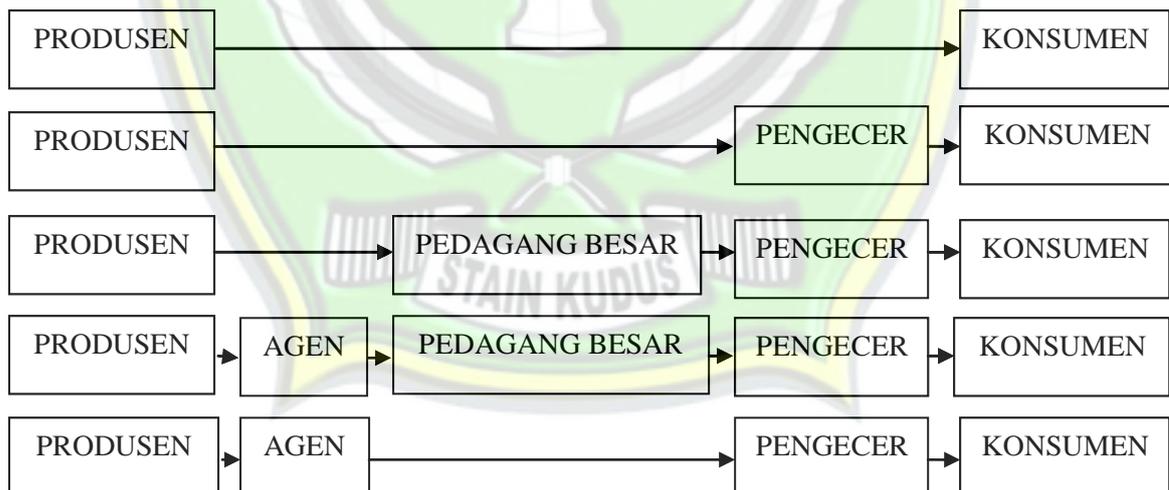
- a. Pedagang besar adalah yang menjual barang kepada pengecer, pedagang besar lain, atau pemakai industri.
- b. Pengecer adalah yang menjual barang kepada konsumen atau pembeli akhir.
- c. Agen adalah yang mempunyai fungsi hampir sama dengan pedagang besar meskipun tidak berhak memiliki barang yang dipasarkan.

**3. Jenis-jenis saluran distribusi**

Untuk barang konsumsi saluran pemasaran dibedakan antara lain sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Saluran distribusi untuk barang konsumsi**



Keterangan :

- a. Saluran distribusi pertama: bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen

(dari rumah kerumah). Oleh karena itu saluran distribusi ini disebut dengan saluran distribusi langsung.

- b. Saluran distribusi yang kedua: saluran ini juga disebut saluran distribusi langsung. Disini pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat langsung melayani konsumen. Namun alternatif yang terakhir ini tidak umum dipakai.
- c. Saluran distribusi yang ketiga: saluran distribusi ini dinamakan saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer saja.
- d. Saluran distribusi yang ke-4: saluran distribusi ini produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlibat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.
- e. Saluran distribusi yang ke-5: saluran ini produsen memilih agen penjual atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran utamanya ditujukan kepada pengecer besar.<sup>3</sup>

## B. Harga

Harga adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang atau jasa yang bersangkutan dapat ditukar dengan sesuatu yang lain, apa pun bentuknya. Didalam kamus ekonomi harga diartikan sebagai berikut.

*The quantity of money which must be exchanged for one unit of a good service. In addition, economists often use price in a broader sense to refer to anything, whether money or some commodity, which has to be paid, e.g. in a barter economy . . .*

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm.200-203

Artinya : jumlah uang yang harus dibayarkan untuk satu unit barang atau jasa. Sebagai tambahan, para ahli ekonomi sering kali mengartikan harga dalam pengertian yang lebih luas untuk menunjukkan apa saja, uang maupun barang, yang harus dibayarkan, (misalnya dalam satu perekonomian barter) untuk mendapatkan barang lain.

Namun, yang hendaknya diingat bahwa bukan hanya barang saja yang memiliki harga. Misalnya uang, uang bukan barang dan juga bukan pula jasa, namun uang juga memiliki harga, yaitu nilai tukarnya dengan mata uang negara lain.<sup>4</sup>

Dalam bahasa Arab harga disebut (ثمن) *tsaman* atau (سعر) *si'ru* yang artinya nilai sesuatu atau harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (antaradin). Pemakaian (ثمن) *tsaman* lebih umum dari pada (القيمه) *qimah* yang menunjukkan harga ril yang telah disepakati. Sedangkan (سعر) *si'ru* adalah harga ditetapkan untuk barang dagang. Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga juga bisa diartikan kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan kemanfaatan.<sup>5</sup>

### 1. Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serata kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Ada beberapa hal yang penting yang dapat dilihat dari definisi permintaan diatas itu. Pertama adalah bahwa permintaan merupakan sederetan angka yang menunjukkan banyaknya satuan barang yang diminta pada berbagai tingkat harga. Kedua adalah barang yang diselidiki dalam satu pembicaraan mengenai permintaan adalah satu jenis barang saja, dan bahwa permintan barang itu terjadi di pasar serta waktu yang juga tertentu. Dari definisi di atas selanjutnya dapat dibuat suatu formulasi bahwa semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin sedikit

---

<sup>4</sup> Suherman, Rosydi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Revisi*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hlm. 289-290

<sup>5</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 154

jumlahnya yang dapat dijual. Demikian pula semakin rendah harga sesuatu barang, maka akan semakin rendah jumlahnya yang akan dibeli orang.<sup>6</sup> Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa, yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
- c. Pendapatan
- d. Selera
- e. Jumlah penduduk
- f. Faktor khusus (akses)

Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.<sup>7</sup> Dalam penawaran harga dan jumlah barang bergerak dengan arah gerakan yang sama, jika harga naik, maka jumlah barang yang ditawarkan juga ikut naik.<sup>8</sup> Penawaran dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
- c. Tehnologi yang digunakan
- d. Harga input (ongkos produksi)
- e. Tujuan produsen
- f. Dan fokus khusus<sup>9</sup>

## 2. Penetapan harga dalam Islam

Islam memperbolehkan berbisnis, namun tidak boleh melakukan *ikhtikar*. Yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal atau

---

<sup>6</sup> Suherman, Rosyidi, *Op.Cit.*, hlm.291-292

<sup>7</sup> Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi Cetakan ke-8*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, hlm. 173-174

<sup>8</sup> Suherman, Rosyidi, *Op.Cit.*, hlm.333

<sup>9</sup> Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 174

melampaui batas dengan menjual lebih sedikit barang atau jasa untuk harga yang lebih tinggi.<sup>10</sup>

Dalam hadits Nabi telah diterangkan adanya larangan penetapan harga. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW. Pada masa Rasulullah SAW telah terjadi kenaikan harga barang kemudian masyarakat mendatangi beliau seraya berkata: Ya Rasulullah, telah terjadi kenaikan harga-harga barang maka tetapkanlah harga untuk barang-barang tersebut. Rasulullah menjawab,

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: غَلَا السَّعْرُ فِي الْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعُرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَطْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. رواه الخمسة إلا النسائي وصححه ابن حبان

*“Dari Anas bin Malik r.a. beliau berkata: Harga barang-barang pernah mahal pada masa Rasulullah saw. Lalu orang-orang berkata: Ya Rasulullah harga barang-barang menjadi mahal, tetapkanlah patokan harga untuk kami. Lalu Rasulullah saw. Bersabda: Sesungguhnya Allah yang maha penentu harga, yang maha menyempitkan dan melapangkan serta pemberi rezeki, saya berharap akan bertemu Allah dan tidak seorang yang menuntut saya karena kedaliman yang saya lakukan dalam masalah darah dan harta. Diriwayatkannya oleh perawi yang lima (selain An Nasa’I (ahmad, Abu Dawud, Tirmidzi dan Ibnu Majah) serta dinilai shahih oleh Ibnu Hibban”.*<sup>11</sup>

Namun Ibnu Taimiyah membuktikan bahwa Rasulullah sendiri menetapkan harga yang adil jika terjadi perselisihan antara dua orang, hal tersebut dilihat dari kejadian berikut. Dilaporkan ketika terjadi perselisihan antara dua orang, satu pihak memiliki pohon yang sebagian tumbuh di tanah orang. Pemilik tanah menemukan adanya jejak langkah pemilik pohon di atas tanahnya yang dirasa mengganggunya. Ia mengajukan masalah itu kepada Rasulullah. Rasulullah memerintahkan pemilik pohon itu untuk menjual pohon itu kepada pemilik tanah dan

<sup>10</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Ekonisiaan, Yogyakarta, 2002, hlm. 203

<sup>11</sup> Abu Bakar Muhammad, *Subulus Salam III*, Al-Ikhlas, Surabaya, 1995, hlm.87-88

menerima kompensasi atau ganti rugi yang adil kepadanya. Kemudian orang itu tidak melakukan apa-apa. Kemudian Rasulullah membolehkan pemilik tanah untuk menebang pohon tersebut dan ia memberi kompensasi harganya kepada pemilik pohon.

Ibnu Taimiyah menegaskan bahwa Rasulullah pernah melakukan penetapan harga. Dalam kasus diatas ia melanjutkan penjelasannya, jika harga itu bisa ditetapkan untuk kebutuhan satu orang saja, pastilah lebih logis jika penetapan itu untuk memnuhi kebutuhan publik karena kebutuhan umum lebih penting itu jauh lebih penting dari pada kepentingan individu.<sup>12</sup>

### 3. Larangan Islam dalam menetapkan harga

Islam mengatur dalam menetapkan harga terdapat larangan-larangan dalam menetapkan harga antara lain:

- a. Larangan memanipulasi dengan menyembunyikan harga yang sebenarnya

Menurut al-Ghazali, pedagang diperintahkan untuk bersikap jujur tentang harga yang sebenarnya dan tidak menyembunyikan sesuatupun darinya, karena Rasulullah saw melarang untuk mencegat rombongan pedagang (pemasok barang dagangan) ditengah perjalanan sebelum mereka tahu harga pasar yang sebenarnya. Sebagaimana Nabi saw melarang berdagang “trik simulasi” (*najasy*).<sup>13</sup>

Sabda Rasulullah saw:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَا تُلْقُوا الْجَلْبَ فَمَنْ تَلَقَّى فَشَرَى مِنْهُ فَأَيْدَا آتَى سَيِّدُهُ السُّوقَ فَهُوَ بِالْخِيَارِ. رواه مسلم

Artinya: “*Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: Rasulullah saw. Bersabda: Janganlah kamu sekalian menjemput barang yang dibawa dari luar kota; Barang siapa yang dijemput lalu dibeli sesuatu dari orang dusun itu, lalu setelah pemiliknya*

<sup>12</sup> Heri Sudarsono, *Op.Cit.*, hlm. 210

<sup>13</sup> Didin Hafidhuddin dkk, *Peran Nilai Dalam Perekonomian Islam*, Robbani Pers, Jakarta 1997, hlm.302

*tiba dipasar, maka dia mempunyai hak khiyar (hak pilih).  
Diriwayatkan oleh Muslim”.*<sup>14</sup>

Pembelian ditengah jalan ini sah, tetapi jika terbukti kebohongannya maka penjual punya hak untuk menentukan pilihan. Jika ia jujur maka terdapat perbedaan pendapat mengenai hak pilih tersebut karena pertentangan antara keumuman hadis dan hilangnya unsur manipulasi.

Nabi Muhammad saw melarang orang kota membeli dari orang pedalaman. Yaitu seseorang membawa dari pedalaman kekota untuk menjual barangnya, lalu orang kota berkata kepada orang desa: “Tinggalkanlah barangmu padaku supaya saya dapat memahalkan harganya dan menunggu kenaikan harganya”. Menurut al-Ghazali tindakan ini diharamkan pada bahan makanan pokok, sedangkan barang-barang dagang lain terjadi perselisihan, tetapi lebih kuat pendapat yang diharamkan mengingat keumuman larangan tersebut disamping karena merupakan menunda penjualannya untuk mempersulit orang.

Sedangkan penjualan secara *najasy* (trik simulasi) yaitu seseorang pura-pura menawar barang dagangan dengan harga yang tinggi dihadapan para calon pembeli, semata-mata untuk membangkitkan keinginan para calon pembeli. Tindakan ini sekalipun tidak ada unsur kesepakatan dengan penjual, adalah diharamkan bagi pelakunya, sedangkan transaksi jula-beli tetap sah sekalipun ada unsur kesepakatan. Tentang kebebasan memilih (*khiyar*) dalam transaksi ini terjadi perselisihan, tetapi pendapat yang lebih utama ialah mengakui adanya kebebasan. Karena ia merupakan propaganda dengan perbuatan yang menyerupai propaganda dalam pencegahan para pedagang ditengah perjalanan.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Abu Bakar Muhammad, *Op.Cit.*, hlm.79

<sup>15</sup> Didin Hafidhuddin dkk, *Op.Cit.*, hlm.302-303

Imam al-Ghazali menerangkan bahwa Khabar-khabar tentang larangan dan kisah di atas ini menunjukkan bahwa ia (seorang Muslim) tidak boleh memanfaatkan kesempatan, tidak boleh mengeksploitasi ketidaktahuan pemilik barang dagang, dan tidak boleh menyembunyikan kenaikan harga dari penjual atau menyembunyikan penurunan harga dari pembeli. Jika ia melakukan hal tersebut maka ia dhalim dan tidak berlaku adil serta tidak menyampaikan nasehat kepada kaum Muslim. Sekalipun ia menjual dengan sistem *murabahah* (mencari keuntungan yang dibenarkan).

Imam al-Ghazali berpendapat bahwa seharusnya seseorang tidak menipu temannya dengan apa saja yang tidak sewajarnya dipakai untuk menipu. Adapun siasat dagang yang wajar adalah dibolehkan sebab jual beli adalah untuk mencari keuntungan dan tidak mungkin kecuali dengan siasat. Jika mengandung unsur merahasiakan harga yang sesungguhnya dan memanipulasinya, maka perbuatan itu termasuk kedhaliman dan diharamkan. sebagaimana telah dijelaskan dalam sebuah hadis dikatakan:

عَنْ الْمَشْتَرِ بِحَرَامٍ

*Artinya: "Menipu orang yang lugu adalah haram" (HR at-Thabrani dari Abu Umanah dengan sanad yang lemah dan al-Baihaqi dari hadis Jabir dengan sanad yang baik dan mengatakan, riba sebagai pengganti dari haram seperti dikatakan al-Hafidz al-Iraqi).<sup>16</sup>*

- b. Larangan *ikhtikar* (menimbun) barang dan menaikkan harga barang dengan cara menimbun barang

Tujuan dari sistem ekonomi Islam salah satunya adalah mencegah penimbunan dan menjalani sirkulasi harta secara terus-menerus. Mengenai penimbunan di al-Qur'an telah diterangkan dalam QS. At-Taubah ayat 34-35 sebagai berikut:

---

<sup>16</sup>Didin Hafidhuddin dkk, *Op.Cit.*, hlm.304-306

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ  
 أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيُصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ <sup>١٦</sup> وَالَّذِينَ  
 يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ  
 بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿١٦﴾ يَوْمَ تُحْمَى عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَى بِهَا  
 جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وظُهُورُهُمْ <sup>ط</sup> هَذَا مَا كَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ فَذُوقُوا  
 مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿١٧﴾

*Artinya: “Dan orang-orang yang menyimpan emas, perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapatkan) siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas dan perak itu dalam neraka jahanam, lalu di bakar dengannya dahi, lambung, dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: “Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri itu”.*

Sistem ekonomi Islam mencapai tujuan tersebut melalui zakat. Zakan merupakan musuh besar penimbunan. Jika zakat itu dibayarkan secara teratur dari harta yang ditimbun, maka ia akan menghabiskan semua atau sebagian besar harta timbunan tersebut dalam waktu pendek. Seseorang yang memiliki harta timbunan dipaksa menyirkulasikan hartanya dengan cara menginvestasikan atau membelanjakannya.<sup>17</sup>

Hadis Nabi Muhammad SAW:

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نُضَلَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ  
 لَا يَخْتَكِرُ إِلَّا خَاطِيٌّ

*Artinya: “Dari Ma’mar bin Abdillah bin Nadhlah, Rasulullah SAW bersabda : tidak ada yang menimbun barang kecuali pembuat kesalahan (dosa).”*

<sup>17</sup> Suherman, Rosyidi, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Prenadamedia Grup, Jakarta, 2012, hlm.38-39

Sayyid Sabiq memberikan definisi *ihthikar* (menimbun) sebagai berikut:

الإِخْتِكَارُ هُوَ شِرَاءُ الشَّيْءِ وَحَبْسَهُ لِيَقْلَ بَيْنَ النَّاسِ فَيَعْلُو سَعْرُهُ وَيُصِيبُهُمْ بِسَبَبِ ذَلِكَ اضْرَرُّ

*“Ihtikar adalah membeli sesuatu dan menahannya dengan tujuan agar sedikit perbedaannya di kalangan masyarakat yang menyebabkan harganya melonjak dan mengakibatkan bahaya bagi mereka.”*

Definisi diatas tidak menyebutkan objek ihtikar hanya pada makanan saja. Kata شَيْءٍ (sesuatu) bersifat umum dan dapat diterjemahkan kedalam berbagai barang, baik itu makanan, pakaian, bahan material, ataupun yang lainnya. Penimbunan sesuatu tersebut menyebabkan harganya semakin meningkat, karena perindustriannya terganggu dan barang tersebut sulit ditemukan di pasaran.<sup>18</sup>

Yahya menyampaikan kepadaku hadis dari Malik bahwa ia telah mendengar bahwa Umar ibn al-Khattab berkata: “Tidak ada penimbunan di pasar kita, dan orang-orang yang memiliki kelebihan emas di tangan mereka hendaknya tidak menghabiskan rezeki Allah yang telah ia turunkan kehalaman kita dan kemudian menimbunnya untuk merugikan kita. Seseorang yang membawa barang-barang impor dengan susah payah, baik musim panas maupun musim dingin, maka orang semacam ini adalah tamunya Umar. Biarlah ia menjual apa yang Allah inginkan dan menahan apa yang Allah inginkan.”<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Isnaiani Harahap dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Prenadamedia Grup, Jakarta, 2015, hlm.166-168

<sup>19</sup>Dwi Surya Atmaja, *Al-Muwatta' Imam Malik Ibn Anas*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999, hlm.360-361

c. Penipuan (*Tadlis*)

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صَبْرَةٍ مِنْ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟  
فَقَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟  
مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي. رواه مسلم

*“Dari Abu Hurairah r.a. (katanya): Sesungguhnya Rasulullah saw. melewati setumpuk bahan makanan. Lalu beliau memasukan tangannya kedalamnya, lalu jari-jari tangannya mengenai yang basah, beliau bersabda: Apakah ini wahai pemilik bahan makanan? Dia menjawab: Ditimpa hujan, ya Rasulullah. Beliau bertanya kepadanya: Mengapa kamu tidak meletakkan yang basah itu di atas bahan makanan itu agar dilihat orang-orang? Barang siapa yang menipu orang, maka dia bukan termasuk umatku. Diriwayatkan oleh Muslim.”<sup>20</sup>*

Para fukaha mengartikan *tadlis* di dalam jual beli adalah menutupi aib barang. Hanya saja dari deskripsi *nash* yang ada, *tadlis* tidak selalu dalam bentuk ditipunya atau tidak dijelaskannya aib/cacat barang, tetapi *tadlis* juga terjadi ketika barang (baik barang yang dijual atau kompensasinya baik berupa uang atau barang lain) ternyata tidak sesuai dengan yang di deskripsikan atau yang ditampakkan, meski tidak ada cacat.

Kondisi idela dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjual belikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki pihak lain, maka salah satu pihak lain akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan/penipuan.

*Tadlis* (penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual, dalam fiqih disebut *ghaban*. Yang termasuk penipuan dalam hal ini adalah sipenjual tahu persis ia

<sup>20</sup> Abu Bakar Muhammad, *Op.Cit.*, hlm.101

tidak akan menyerahkan barang tersebut pada esok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada esok hari, walau konsekuensi *tadlis* dalam waktu penyerahan tidak berkaitan secara langsung dengan harga ataupun jumlah barang yang ditransaksikan, namun masalah waktu adalah yang sangat penting.

d. *Gharar* (menjual sebelum barang dapat dimiliki)

Menurut bahasa *gharar* adalah *al-khathr* (pertaruhan) sedangkan menurut istilah jual beli *gharar* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan (pertaruhan atau perjudian).

Jual beli *gharar* terlarang dalam agama Islam. Sebagaimana diterangkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah disebutkan:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ وَ عَنِ بَيْعِ الْعَرْرَعِنِ. رواه مسلم

“Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: Rasulullah SAW melarang jual beli *al-hashah* (dengan melempar batu) dan jual beli *gharar*.” (HR Muslim).<sup>21</sup>

Terdapat tiga macam jual beli *gharar* yang dilarang dalam Islam,

1) *Gharar* karena barang belum ada (*al-ma'dum*). Contoh dari jual beli *al-ma'dum* adalah apa yang terdapat dalam hadis Ibnu Umar ra bahwasannya beliau berkata:

عَنْ أَبِي عَمْرٍو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى بَيْعَ حَبْلِ الْحَبَلَةِ وَكَانَ يَبِيعُ أَهْلَ الْجَاهِلِيَّةِ، وَكَانَ الرَّجُلُ يَتَأَخَّرُ إِلَى أَنْ تُبْتَجِ النَّاقَةُ ثُمَّ تُنْتَجِ الَّتِي فِي بَطْنِهَا. متفق عليه واللفظ للبخاري

“Dari beliau (Ibnu Umar, katanya): Sesungguhnya Rasulullah saw. melarang menjual anak binatang yang masih dalam kandungan induknya. Jual beli semacam itu biasa dilakukan oleh orang-orang jahiliyah. Biasanya orang membeli binatang untuk sembelihan dengan

<sup>21</sup> Abu Bakar Muhammad, *Op.Cit.*, hlm.52

*perjanjian akan dibayar dengan anak unta yang dilahirkan oleh anak unta yang masih dalam kandungan induknya sekarang. Muttafaq 'alaih. Dan disusun matan tersebut menurut riwayat al-Bukhari".<sup>22</sup>*

- 2) *Gharar* karena barangnya tidak bisa diserahkan (*al-ma'juz 'an taslimihi*). Seperti menjual budak yang kabur, burung di udara, ikan di laut, mobil yang dicuri, barang yang masih dalam pengiriman.
- 3) *Gharar* karena ketidak jelasan (*al-Jahalah*) pada barang, harga, dan akad jual belinya. Contoh dari jual beli ini antara lain:
  - a) Jual beli *al-Hashah*. Contohnya adalah ketika seseorang ingin membeli tanah, maka penjual mengatakan: "Lemparlah kerikil ini, sejauh engkau melempar, maka itu adalah tanah milik dengan harga sekian." Jual beli ini mengandung ketidakjelasan pada barang yang akan dibeli dan jual beli ini dilarang oleh Rasulullah.
  - b) Jual beli *al-Munabazah* yaitu seorang penjual berkata kepada pembeli: "Kalau saya lempar barang ini kepadamu maka wajib untuk dibeli."
  - c) *Al-Mulamasah* adalah seorang penjual berkata kepada pembeli: "Apa saja yang kamu sentuh maka harus dibeli."
  - d) Jual beli ijon atau buah-buahan yang belum nyata matangnya.<sup>23</sup>

Menurut Veithzal Rivai et, al, *gharar* dalam objek kontak mencakup:

- 1) Ketidaktahuan tentang genus (jenis/macam)
- 2) Ketidaktahuan tentang mata uang
- 3) Ketidaktahuan tentang sifat
- 4) Ketidaktahuan tentang objeknya
- 5) Ketidaktahuan tentang identitas spesifik objek

<sup>22</sup> Abu Bakar Muhammad, *Op.Cit.*, hlm.49

<sup>23</sup> Isnaiani Harahap dkk, *Op.Cit.*, hlm. 176-181

- 6) Ketidaktahuan tentang waktu pembayaran dalam jual beli mundur (tunda)
- 7) Rincian atau kemungkinan ketidakmampuan untuk mengirim objek
- 8) Berkontak pada sebuah objek yang tidak berwujud
- 9) Tidak bisa melihat objeknya.<sup>24</sup>

#### 4. Faktor penentu harga

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual untuk yang pertama kalinya. Disini ada prosedur langkah-langkahnya:

##### 1) Menentukan tujuan harga

###### a) Bertahan hidup

Produsen memutuskan bertahan hidup akan dijadikan sebagai tujuan utamanya, hal ini biasanya dilakukan bila menghadapi kapasitas yang berlebih, pesaing yang gencar, atau bahkan perubahan keinginan konsumen. Agar terus bisa berproduksi serta persediaan terus berputar, maka produsen harus memasang harga jual yang rendah dengan harapan bahwa pasar akan peka terhadap harga.

###### b) Maksimalisasi laba jangka pendek

Kebanyakan produsen menentukan tingkat harga yang nantinya akan menghasilkan keuntungan setinggi mungkin. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan daya beli ada hubungannya dengan tingkat harga, dan kemudian memutuskan satu tingkat harga tertentu yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan maksimal.

###### c) Unggul dalam bagian pasar

Produsen yakin bahwa produsen yang memiliki bagian pasar terbesar akan menikmati struktur biaya terendah dan keuntungan

---

<sup>24</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam, Rajawali*, Jakarta, 2015.hlm.106-107

jangka panjang yang tinggi. Mereka berusaha keras agar bagian pasarnya adalah yang terbesar dengan jalan memasang harga yang serendah mungkin.

d) Unggul dalam kualitas produk

Suatu produsen mungkin bertujuan untuk menjadi pemimpin dalam hal kualitas produk di pasarnya. Pada umumnya produsen seperti ini menetapkan harga yang tinggi agar bisa menutup tingginya biaya penelitian dan pengembangan serta untuk menghasilkan mutu produk yang tinggi.<sup>25</sup>

Besanya nilai harga yang harus dipasang tentu sesuai dengan tujuan penentu harga. Berikut ini beberapa metode dalam penentuan suatu harga produk.

a) Modifikasi atau diskriminasi harga, dapat dilakuakn menurut hal-hal berikut.

(1) Menurut pelanggan

Dibedakan menjadi pelanggan utama dan pelanggan biasa. Pelanggan utama yaitu konsumen yang loyal dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan biasanya harga yang diberikan lebih murah.

(2) Menurut bentuk produk

Harga ditentukan berdasarkan bentuk, ukuran atau kualitas-kualitas produk.

(3) Menurut tempat

Harga ditentukan berdasarkan asal barang atau jasa itu ditawarkan. Setiap wilayah memiliki daya beli dan kondisi persaingan tersendiri.

---

<sup>25</sup>Philip Kotler, *Marketing Management Analysis, Planing, and Control (Fifth Editor)*, Erlangga, Jakarta, 1984.,hlm. 137-138

(4) Menurut waktu

Harga ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu. Bisa berdasarkan jam, hari, minggu, atau bulan-bulan tertentu.

b) Penetapan harga untuk produk baru

(1) *Market skimming pricing*

Yaitu harga produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

(2) *Market penetration pricing*

Yaitu menetapkan harga serendah-rendahnya dengan tujuan untuk menguasai pasar.<sup>26</sup>

2) Menentukan permintaan

Setiap harga yang ditetapkan akan menarik sejumlah permintaan yang berlainan, sehingga dengan demikian akan membawa akibat yang berbeda sasaran-sasaran pemasaran. Hubungan antar harga jual dengan jumlah permintaan dikenal dengan apa yang disebut kurva permintaan. Kurva permintaan akan menggambarkan jumlah produk yang akan dibeli dipasar dalam periode tertentu pada berbagai tingkat harga. Antara permintaan dan harga jual biasanya berbanding terbalik, yaitu makin tinggi harga, maka makin kecil jumlah permintaan, dan demikian sebaliknya.<sup>27</sup>

3) Memperkirakan biaya

Pada dasarnya jumlah permintaan sangat berperan dalam menetapkan harga tertinggi yang bisa di pasang oleh penjual. Sedangkan seluruh biaya yang telah dikeluarkan menjadi batas harga jual terendah. Produsen atau penjual tentu saja menginginkan harga yang mampu menutupi seluruh biaya produksi, distribusi, biaya penjualan, serta sejumlah keuntungan yang memadai, bagi segala usaha dan resiko yang dihadapi.

---

<sup>26</sup> Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 192-193

<sup>27</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, Hlm.138

Jenis biaya yang dikeluarkan produsen dapat bersifat tetap dan variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah seiring dengan naik turunnya produksi atau penjualan. Sementara itu, biaya variabel akan naik turun seiring dengan jumlah produksi. Sedangkan jumlah biaya merupakan gabungan antara biaya tetap dengan biaya variabel untuk setiap produksi tertentu.<sup>28</sup>

#### 4) Menganalisis harga dan tawaran pesaing

Walaupun permintaan pasar akan membatasi harga jual tertinggi dan biaya-biaya membatasi biaya terendah, harga jual yang dipasang oleh para pesaing serta kemungkinan reaksi-reaksi yang timbul akan ikut menentukan strategi harga jual yang ditempuh produsen. Proses inilah yang membuat produsen untuk mempelajari harga jual dan mutu produk dari pesaing. Hal ini dapat ditempuh dengan berbagai cara. Produsen dapat mengirim orang-orang untuk berbelanja dengan membanding-bandingkan harga-harga dan mutu dari produk pesaing. Atau produsen memperoleh daftar harga dari pesaing dan membeli barang-barangnya, kemudian membongkarnya kemabali. Produsen juga dapat mewawancarai pembeli tentang bagaimana persepsi mereka dalam menerima harga jual dan kualitas produk pesaing.

Begitu produsen mengetahui dan sadar akan tingkat harga jual serta tawaran pesaing, maka produsen dapat memanfaatkan mereka sebagai titik orientasi strategi harga jualnya sendiri. Bila produk perusahaan ternyata serupa dengan sebagian besar dari produk pesaing, maka produsen harus memasang harga yang mendekati harga jual pesaing. Akan tetapi jika produk pesaing lebih baik dari pada produk perusahaan, maka produsen tidak akan mampu memasang harga diatas harga pesaing dan sebaliknya.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, Hlm. 143-144

<sup>29</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, Hlm. 146

## 5) Memilih metode penetapan harga

Metode penetapan harga dapat dibedakan menjadi berikut ini.

a) *Cost plus pricing* / penetapan harga berdasarkan biaya tambah

Metode penetapan harga jual yang paling dasar adalah menambah tingkat keuntungan yang standar pada biaya-biaya yang telah dibebankan pada barang. Dalam industri eceran bahan makanan, kopi, susu dalam kaleng dan gula cenderung memiliki keuntungan atau tambahan harga yang rendah. Sementara makanan beku, jenis selai dan beberapa produk kaleng memiliki tambahan harga atau keuntungan yang tinggi. Pretson menyimpulkan bahwa *mark up* atau tambahan harga yang berbeda-beda ini mencerminkan sebagian karena perbedaan-perbedaan dalam biaya per unit, penjualan, perputaran, dan merek-merek pabrik melawan merek-merek sendiri, walau demikian masih banyak lagi hal-hal yang tidak bisa di jelaskan.

Namun. penggunaan penambahan harga atau mark up yang standar untuk tujuan penetapan harga ini pada umumnya tidak bisa diterima oleh akal sehat. Metode penetapan harga apapun yang mengabaikan tingkat permintaan yang berlaku dan juga tingkan persaingan, kemungkinan besar tidak mengarah pada harga jual yang optimal.<sup>30</sup>

b) *Break even analysis* dan *target profit pricing* / analisa titik impas dan penetapan harga untuk sasaran laba

Produsen mencoba menetapkan harga jual yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan yang menjadi sasarannya. Metode target pricing ini menggunakan konsep impas. Yang menunjukkan jumlah seluruh biaya dan hasil penjualan yang diharapkannya pada berbagai tingkat volume

---

<sup>30</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, Hlm. 147

penjualan. Dan berapapun volume penjualan, biaya tetapnya tetap sama. Biaya variabelnya dimuali dari atas biaya tetap dan meningkat secara proposional dengan setiap kenaikan volume penjualan. Hasil penjualan sendiri dimulai dari harga terendah dan terus bertambah sejalan dengan naiknya volume penjualan. Sedangkan kurva hasil penjualan menunjukkan harga jual.

c) *Perceived value pricing* / penetapan harga menurut persepsi nilai

Sekarang ini banyak produsen yang menghitung harga jual mereka dengan menggunakan nilai/citra yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk dan bukannya biaya yang telah dikeluarkan oleh produsen sebagai titik tolak penetapan harga.

Metode *perceived value pricing* ini sesuai dengan pola pikir modern mengenai penetapan produk. Setiap produsen semestinya mengembangkan suatu konsep produk untuk target pasar tertentu dengan perencanaan kualitas dan harga yang matang. Kemudian mereka menghidung perkiraan jumlah produk yang bisa dijual pada tingkat harga tersebut.<sup>31</sup>

d) *Saled-bid pricing* / penawaran harga dalam sampul tertutup

Cara penetapan harga yang berorientasi pada pesaing juga banyak digunakan oleh para produsen yang ikut tender agar mendapatkan pekerjaan. Produsen mendasarkan tingkat harganya lebih pada perkiraan atau dugaan tentang bagaimana pesaing-pesaingnya akan memasang harga, dari pada hubungan langsung dengan biaya atau permintaan yang dihadapi produsen. Produsen memenagkan kontrak sehingga harga jual atau harga penawaran dibuat lebih rendah dari pada yang ditawarkan oleh para produsen lain.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, Hlm. 148-149

<sup>32</sup> Philip Kotler, *Op.Cit.*, hlm. 152

## 5. Metode penetapan harga pada bisnis ritel/eceran

### a. Metode penetapan harga break even point

Disebut juga penetapan harga berdasarkan titik pulang pokok dimana penetapan harga ini berorientasi biaya yaitu harga ditentukan dengan menambah presentase tetap pada biaya atau barang dagang. Penetapan harga ini, komponen utama margin laba bersih yaitu presentase margin laba kotor.

### b. Metode penetapan harga berorientasi pada permintaan

Penetapan harga ini berdasarkan perkiraan kemauan pelanggan untuk membayar. Metode ini dipakai bersama dengan metode berorientasi biaya, dimana fokusnya pada struktur laba dan dampak perubahan harga terhadap penjualan. Metode penetapan harga berorientasi pada permintaan konsumen dilakukan dengan melihat pola perubahan perilaku belanja pelanggan pada kondisi harga yang berbeda, kemudian dipilih harga yang merujuk pada tingkat belanja yang ingin dicapai peritel. Aspek psikologi terkait dalam hal ini yaitu penetapan harga berdasarkan asumsi asosiasi harga dibandingkan dengan mutu serta penetapan harga untuk memenuhi tuntutan prestise pelanggan.

### c. Metode penetapan harga berorientasi pesaing

Metode penetapan harga ini didasarkan pada harga pesaing, di mana harga dapat ditetapkan di bawah, di atas, maupun sama dengan harga pesaing. Untuk melakukan metode di atas perlu pengumpulan sebagai pembandingan. Data harga-harga barang dagangan dapat diperoleh melalui pihak ketiga atau semacamnya.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel Teori, Praktik, dan Kasus Ritel*, CAPS, Yogyakarta, 2015, hlm. 200

### C. Stabilitas harga

Stabilitas harga (*price stability*) adalah pemeliharaan suatu tingkat harga umum yang tidak berubah dari waktu ke waktu dalam suatu perekonomian. Stabilitas harga, khususnya penghindaran harga-harga yang meningkat akibat inflasi merupakan satu tujuan utama dari kebijakan ekonomi makro.<sup>34</sup>

Stabilitas menyangkut penggunaan kebijakan moneter dan fiskal untuk menggeser fungsi permintaan keseluruhan dan fungsi pengeluaran keseluruhan untuk menghindari kesenjangan inflasioner dan deflasioner yang sangat besar.<sup>35</sup> Dalam membahas stabilitas terlebih dahulu harus memahami fluktuasi atau ketidakstabilan.

#### 1. Unsur-unsur teori Fluktuasi atau ketidakstabilan

Komponen-komponen permintaan keseluruhan seperti konsumsi dan investasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengharapan, tingkat bunga, dan kebijaksanaan pemerintah. Jika hal tersebut mengalami perubahan, investasi atau konsumsi dapat mengalami perubahan, dan jika investasi atau konsumsi mengalami perubahan, pendapatan nasional juga akan mengalami perubahan. Bukti menunjukkan bahwa apapun yang mencetuskan suatu kegoncangan pergerakan perekonomian, naik atau turun, cenderung untuk memperoleh momentumnya sendiri. Setelah gerakan kumulatif tersebut menuruni jalannya sendiri dan melahirkan bibit untuk memperbaikinya sendiri. Hal ini berlaku lama sebelum pemerintah berusaha untuk campur tangan dan melakukan stabilitas perekonomian, dan hal ini masih berlaku.

---

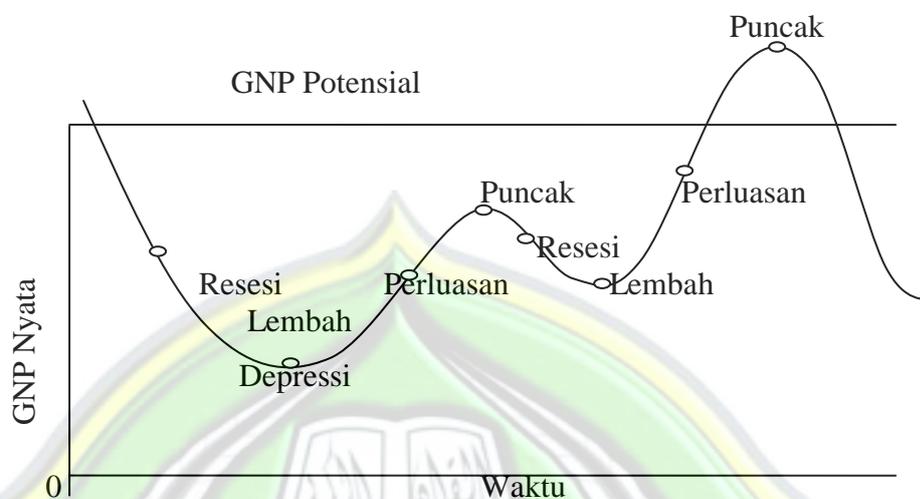
<sup>34</sup> Christopher Pass, Bryan Lowes Leslie Davies, *Collins Kamus Lengkap Ekonomi Edisi Kedua*, Erlangga, Jakarta, 1994, hlm. 511

<sup>35</sup> Richard G. Lipsey, Peter O. Steiner, *Pengantar Ilmu Ekonomi Jilid 3*, Bina Aksara, Jakarta, 1984, hlm. 542

## 2. Terminologi fluktuasi atau ketidakstabilan

Gambar 2.2

### Terminologi ketidakstabilan



Walaupun fluktuasi perekonomian yang terjadi tidak licin dan teratur, suatu perbendaharaan kita telah dikembangkan untuk menjelaskan berbagai tahap fluktuasi yang berlainan. Gambar diatas memperlihatkan suatu siklus yang umum yang dapat dipergunakan untuk melukiskan beberapa istilah.

Lembah adalah dasar. Jika lembah terlalu parah, lembah tersebut dapat dinamakan depresi. Suatu lembah ditandai oleh pengangguran tenaga kerja dan suatu tingkat permintaan konsumsi yang rendah dibanding dengan kapasitas industri untuk menghasilkan barang untuk dikonsumsi. Dengan demikian terdapat sejumlah kapasitas yang besar dari industri yang tidak dipergunakan. Laba usaha rendah, dan juga dalam banyak hal akan menjadi negatif. Kepercayaan terhadap masa depan kurang, sebagai akibatnya, perusahaan tidak bersedia mengambil resiko untuk melakukan investasi baru. Bank dan lembaga keuangan lainnya akan memiliki kelebihan uang kontan yang tidak seorang pun mereka anggap patut untuk diberi pinjaman.<sup>36</sup>

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm.178-179

Perluasan atau pemuliahn. Ketika sesuatu menggerakkan pemulihan, titik balik telah dapat dicapai. Gejala pemulihan banyak misalnya mesin-mesin yang telah harus diganti, kesempatan kerja, pendapatan, dan pengeluaran konsumen mulai meningkat, perkiraan menjadi lebih baik sebagai akibat peningkatan penjualan, produksi dan laba. Investor yang dulu kelihatannya banyak resiko sekarang dilakukan karena iklim perkiraan, produksi akan diperluas dengan mempergunakan kembali kapasitas yang tidak dipergunakan dan tenaga kerja yang menganggur.

Puncak adalah titik balik atas dimana suatu tingkat penggunaan yang tinggi dari kapasitas yang dicapai, kekurangan tenaga kerja mulai terjadi terutama dalam kategori ketrampilan yang penting, dan kekurangan bahan baku tertentu mulai terjadi. Rintangan mulai muncul dengan frekuensi yang lebih sering. Sekarang lebih sulit untuk meningkatkan *out put* karena penawaran sumber daya yang tidak dipergunakan dengan cepat menghilang, *out put* hanya dapat digunakan dengan investasi baru yang meningkatkan kapasitas. Karena pengeluaran investasi seperti itu, dana investasi menjadi kurang. Investasi seperti itu memerlukan waktu, kenaikan permintaan selanjutnya lebih banyak dihadapi dengan kenaikan harga dari pada kenaikan produksi. Dengan semakin meningkatnya kekurangan pada banyak pasar, suatu situasi kelebihan permintaan faktor terjadi. Biaya meningkat tetapi harga juga meningkat, dan usaha tetap sangat menguntungkan.<sup>37</sup>

Resesi yaitu dimana sesudah melewati titik balik atas, perekonomian menurun kebawah, kalau penciutan terus berlanjut, keadaan ini dinamakan resesi. Misalkan bahwa karena sesuatu hal permintaan menurun dan akibatnya produksi dan kesempatan kerja menurun. Dengan menurunnya kesempatan kerja, maka pendapatan juga mengalami penurunan, dan semakin banyak perusahaan yang

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm.180

mengalami kesulitan. Harga dan laba mengalami penurunan, investasi baru yang yang kelihatannya menguntungkan berdasarkan permintaan dan harga yang terus meningkat tiba-tiba menjadi tidak menguntungkan. Investasi diturunkan sampai suatu tingkat yang rendah dan bahkan tidak menguntungkan untuk melakukan penggantian barang modal yang harus kena kapasitas yang tidak terpakai terus meningkat.<sup>38</sup>

#### D. Stabilitas dalam persepsi Islam

Upaya stabilisasi ekonomi yang dilakukan pemerintah moderen pada umumnya adalah menstabilkan atau mencegah fluktuasi yang berlebihan dari siklus bisnis seperti mencegah pengangguran kronis, mencegah stagnasi pertumbuhan ataupun mencegah inflasi yang berlebihan. Ekonomi konvensional pada umumnya berpendapat bahwa kebijakan moneter hasilnya akan lebih cepat dirasakan dibandingkan dengan kebijakan fiskal. Maka dalam praktik perekonomian instrumen moneterlah yang lebih dahulu digunakan dalam upaya stabilisasi makro ekonomi.<sup>39</sup>

Mengutip teori al-Ghazali bahwa Islam tidak mengenal adanya kebijakan moneter, karena prinsip kebijakan ekonomi Islam berbasis bebas bunga di pasar uang (*riba free policy*) dan bebas spekulasi dipasar modal. Oleh karena itu dalam ekonomi Islam kebijakan fiskal lebih diutamakan. Namun demikian kontrol terhadap jumlah uang beredar mutlak masih diperlukan dan agaknya kebijakan moneter hanya sebatas ini. Disamping itu, para pemikir ekonom Islam yang notabene propasar, dimana harga sepenuhnya ditentukan melalui mekanisme pasar, meyakini bahwa *market driven* tidak dapat dikendalikan ataupun dicapai melalui kebijakan disektor moneter.

Dalam pandangan syariah kebijakan fiskal akan menciptakan kondisi ekonomi yang lebih stabil melalui antara lain penerapan pajak yang

---

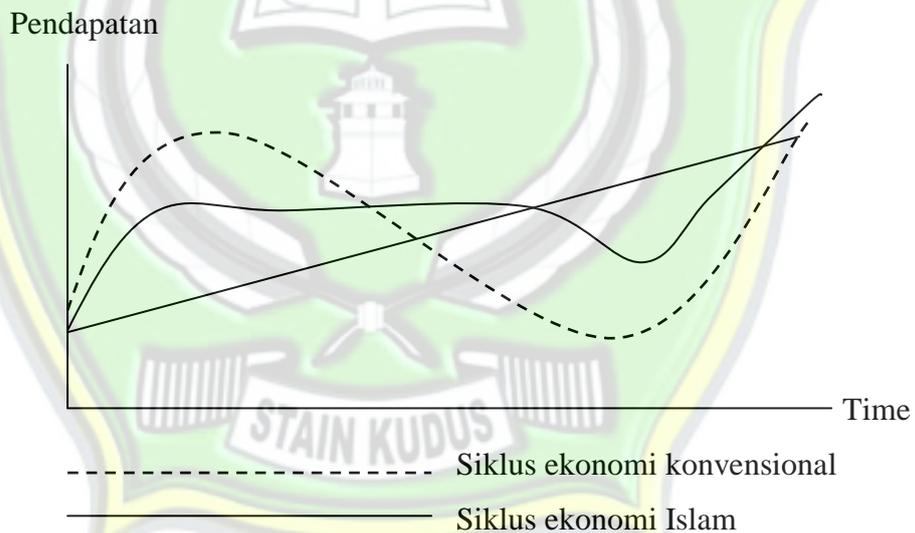
<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm.181

<sup>39</sup> Jusmaliani & Muhammad Soekarni, *Kebijakan Ekonomi dalam Islam*, Kreasi Wacana, Yogyakarta, 2005, hlm.67

proporsional, bukan *lump sum tax*. Hal ini akan menciptakan stabilisator otomatis. Dalam ekonomi konvensional, stabilisator otomatis lainnya selain pajak adalah kompensasi bagi mereka yang menganggur. Orang yang tidak bekerja akan mengurangi konsumsinya, dan turunnya konsumsi ini akan memberikan dampak *multiplier* terhadap output. Dampak ini akan mengecil jika orang yang tidak bekerja mendapat kompensasi. Dalam Islam, bantuan seperti ini tidak saja diwajibkan kepada negara, Tetapi lebih dahulu oleh keluarga terdekat, sehingga pengurangan konsumsi secara teori tidak akan pernah terjadi. Jadi apabila digambarkan amplitude gelombang siklusnya tidak akan setajam siklus perekonomian seperti yang diyakini para ekonom konvensional.

**Gambar 2.3**

**Siklus perekonomian menurut konvensional dan Islam**



Jadi untuk mencapai stabilisasi ekonomi, Islam lebih mengutamakan kebijakan fiskal, karena kebijakan moneter yang dapat diambil hanyalah penetapan jumlah uang yang beredar. Selain itu jika perekonomian ditata menurut Islam maka fluktuasi tidak akan sehebat fluktuasi pada tatanan konvensional sehingga upaya stabilisasi pun akan relatif lebih mudah dilakukan.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> *Ibid.*, Hal.70-72

## 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketidaksatabilan

### a. Faktor cuaca

Pada umumnya teoretikus menganggap bahwa siklus ekonomi selalu berhubungan dengan *exogenous cycle* seperti faktor cuaca yang mungkin disebabkan oleh fenomena astral. Fenomena alam ini, menurut para teoretikus dipengaruhi oleh hal-hal yang tidak tampak seperti perilaku atau mood seseorang. Selain itu juga fenomena alam juga dipengaruhi oleh barang atau sesuatu yang nampak dengan jelas seperti panen. Dalam kaitannya dengan siklus ekonomi, perubahan ini akan menyebabkan fluktuasi ekonomi, karena fenomena alam ini memiliki siklus yang alami dan kejadiannya tidak dapat dihindari namun dapat diprediksi dan diantisipasi.<sup>41</sup>

### b. Faktor psikologi

Faktor psikologi juga dapat mempengaruhi siklus ekonomi, karena hal ini berkaitan dengan pengambilan keputusan investasi dalam hal ini adalah membeli yang biasanya sangat dipengaruhi oleh ekspektasi dan kepercayaan mereka. Setiap pembeli mengharapkan keuntungan yang tinggi sehingga mereka merasa yakin untuk membelinya. Sebaliknya, bila keuntungan yang diperoleh lebih rendah, ia akan menjadi pesimis sehingga tidak mau melanjutkan membeli.

John Stuart Mill dan Alfred Marshall berargumen bahwa kepercayaan, ekspektasi dan spekulasi akan bekerja secara bersama-sama dan ini akan menyebabkan perluasan kredit yang irasional sehingga mampu mengacaukan produksi, karena akibatnya adalah jumlah barang yang diproduksi tidak sama dengan yang dibutuhkan.

Sementara William H. Beveridge memandang faktor psikologis akan muncul dan menekan penjual bila mereka

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm.85

menghadapi *single underlying* faktor, yaitu kompetisi. Setiap terjadi sedikit perubahan dalam ekspektasi permintaan dan profit, maka petani akan tertarik untuk meningkatkan produksinya, yang pada gilirannya akan terjadi *overshooting of output* yang kemudian menyebabkan gelombang pesimis.<sup>42</sup>

c. Faktor inflasi

Inflasi mengandung implikasi bahwa uang tidak dapat berfungsi sebagai satuan hitung yang adil dan benar. Hal itu menyebabkan uang menjadi standar pembayaran tertunda yang tidak adil dan suatu alat penyimpanan nilai yang tidak dapat dipercaya. Inflasi menyebabkan orang berlaku tidak adil terhadap orang lain meskipun tidak disadarinya, seperti merosotnya daya beli aset-aset moneter secara tidak diketahui. Hal itu merusak efisiensi sistem moneter dan menimbulkan ongkos kesejahteraan pada masyarakat. Hal itu meningkatkan konsumsi dan mengurangi tabungan. Inflasi memperburuk ketidakpastian dimana keputusan-keputusan ekonomi diambil. Menimbulkan kekhawatiran pada formasi modal dan misalokasi sumber-sumber daya. Ia cenderung merusak nilai-nilai, memberikan imbalan kepada usaha-usaha spekulasi dengan menimpakan kerugian pada aktivitas-aktivitas produktif dan memperparah ketidakmerataan pendapatan.

Inflasi adalah ketidakseimbangan dan tidak seirama dengan penekanan Islam pada keberimbangan dan ekuilibrium. Mengakomodasi inflasi berarti mendiamkan penyakit dan menghancurkan daya refleksi perekonomian. Satu-satunya cara untuk mencapai kepulihan kesehatan ekonomi dalam jangka waktu yang lama adalah dengan menghapus inflasi sampai keakar-akarnya. Terlebih inflasi bertentangan dengan perekonomian bebas riba karena hal itu merusak keadilan sosial. Meskipun Islam menghendaki keadilan kepada peminjam, namun tidak menyetujui

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm.86

keadilan bagi pemberi pinjaman. Sesungguhnya inflasi menimpakan ketidakadilan kepada pemberi pinjaman yang berbasis bebas bunga dengan memerosotkan nilai riil qordhul hasan, yaitu pinjaman yang diberikan tanpa bunga atau penyertaan bagian keuntungan.<sup>43</sup>

d. Ketidakstabilan yang bersumber dari pasar

Meskipun ada segi-segi yang sangat merugikan, namun di dalam ekonomi subsistensi petani kecil, keluarga petani mengetahui bahwa apabila hasil panen cukup maka persediaan pangannya boleh dikatakan terjamin. Hasil panen bisa lebih besar akan tetapi kemerosotan harga akan menurunkan nilai riilnya. Sejauh pasar menentukan nilai hasil panen petani, maka sejauh itu pula ia rawan terhadap ketidakpastian dari mekanisme harga.

Sesungguhnya, ketidakpastian-ketidakpastian pasar dunia adaah lebih besar dibandingkan dengan ketidakpastian-ketidakpastian dari pasar setempat yang tradisional. Dipasar yang kecil dan terbatas harga dan hasil produksi cenderung untuk saling mengimbangi. Semakin kecil hasil panen setempat maka semakin besar harga perunit dan sebaliknya. Karena permintaan dan penawaran pada umumnya ditentukan oleh hasil panen itu sendiri. Akan tetapi dipasar dunia hubungan antara hasil panen setempat dengan harga terputus dan harga dipasar dunia dapat dikatakan naik turun terlepas dari penawaran setempat. Bisa juga terjadi hasil panen yang kecil menghasilkan harga perunit yang kecil, sama halnya dengan hasil panen yang besar.<sup>44</sup>

e. Faktor penyebab fluktuasi dalam persepsi Islam

1) Natural

Dalam hal ini fluktuasi terjadi secara alami akibat tarik menarik pasar yang implikasinya pada perubahan nilai tukar.

---

<sup>43</sup>M. Umet Chapra, *Sistem Moneter Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 2000, hlm.5-6

<sup>44</sup> James C. Scott, *The Moral Economy Of The Peasant Rebellion And Subsistence In Southeast Asia*, LP3ES, Jakarta, 1981, Hal.90

Ekonomi Islam sangat menekankan pada keseimbangan pasar sehingga fluktuasi tidak perlu mendapatkan intervensi karena pasar akan menyeimbangkannya.

2) Human error

Dalam hal ini fluktuasi terjadi akibat adanya campur tangan kebijakan seperti excessive tax. Yang lebih difokuskan dalam hal ini adalah kesalahan yang bersifat moral hazard melalui spekulasi. Menurut Karim, terdapat dua hal yang termasuk spekulasi, yaitu menimbun dan melakukan permintaan semu.<sup>45</sup>

## 2. Solusi Islam dalam mengatasi ketidakstabilan

Belajar dari faktor-faktor yang memicu ketidakstabilan perekonomian, spekulasi dan bunga merupakan penyebab pokok instabilitas meskipun tidak secara langsung. Islam menawarkan solusi paling tidak untuk menghindari terjadinya krisis yang tajam selama perekonomian dalam kelesuan. Dalam Islam dikenal adanya stabilisator otomatis jika terjadi gangguan dalam perekonomian. Ketika perekonomian dalam keadaan normal, dan kemudian secara tiba-tiba terjadi gejolak moneter, diharapkan tidak akan terjadi *crash* dalam perekonomian. Menurut ekonomi Islam, paling tidak ada 2 syarat utama yang harus dipenuhi dalam perekonomian, sehingga stabilisator otomatis dapat terbentuk yaitu pertama bebas spekulasi dan yang kedua adalah bebas riba

a. Bebas spekulasi

Dalam spekulasi, pembelian dan penjualan dilakukan dengan harapan mendapatkan keuntungan dari perubahan harga tanpa adanya partisipasi dalam aktivitas produksi. Menurut Khan sumber spekulasi ada tiga yaitu perbedaan suku bunga kredit, pasar mendatang, serta pembentukan harga akibat tekanan pasar.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup>Masyhuri, *Teori Ekonomi Dalam Islam*, Kreasi Wacana, Yogyakarta, 2005, hlm.167

<sup>46</sup>Jusmaliani, Muhammad Soekarni, *Op. Cit.*, hlm.90-91

## b. Bebas riba

Fluktuasi suku bunga yang sukar diramalkan menciptakan pergeseran berputar dalam sumber-sumber daya antara para pengguna, sektor-sektor ekonomi, dan negara, menimbulkan gerakan yang sukar diramalkan dalam investasi berbasis pinjaman, harga-harga komoditas dan saham, serta nilai tukar mereka juga menimbulkan suatu pergeseran dalam komitmen dana jangka pendek dan panjang dan antara pembiayaan berbasis bunga dan lewat penyertaan modal. Tingginya tingkat perubahan pada suku bunga telah menginjeksikan ketidakpastian yang besar dalam dalam pasar investasi yang berdampak mendorong para peminjam dan pemberi pinjaman sekaligus dari tujuan pasar utang jangka panjang kepada pasar utang jangka pendek, sehingga secara fundamental mengubah keputusan-keputusan investasi para pelaku bisnis.<sup>47</sup> Selain itu Islam juga telah menerangkan larangan riba sebagaimana ayat al-Qur'an surat Ali Imran ayat 130 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً  
وَ اتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

Artinya: *Wahai orang-orang beriman ! janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.*<sup>48</sup>

## c. Peran kebijakan fiskal sebagai stabilitas otomatis

Buakn rahasia umum lagi, ekonomi Islam dalam kondisi perekonomian telah menawarkan stabilisator otomatis untuk melindungi diri dari kemungkinan fluktuasi harga. Zakat yang merupakan instrumen fiskal utama dalam ekonomi Islam adalah

<sup>47</sup>M. Umer Chapra, *Op. Cit.*, hlm.75

<sup>48</sup> Enang Sudrajat, HM Syatibi AH, Abdul Aziz Sidqi, *Syamil Qur'an Tajwid dan Terjemah*, PT. Sygma Examedia Arkanleema, Bandung, 2010, hlm. 66

stabilisator otomatis bagi perekonomian yang mengalami gejolak. Yusoff dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pengeluaran zakat harus ditingkatkan ketika perekonomian mengalami penurunan untuk mendorong pengeluaran dan aktivitas ekonomi. Karena adanya peningkatan jumlah penerimaan zakat selama kurun waktu resesi, pemerintah seharusnya mendistribusikan zakat lebih banyak dengan menggunakan kelebihan dana zakat selama periode *booming*. Sedangkan selama masa ekspansi dari siklus ekonomi, pemerintah boleh mengurangi jumlah pengeluaran zakat untuk menjaga terjadinya *overheating*. Sejumlah aksi untuk mengurangi jumlah penerimaan zakat akan membantu peningkatan surplus zakat.

Selain zakat, penerapan pajak yang bersifat proposional bukan *lump sum tax* dapat juga digunakan untuk mengendalikan kondisi ketidakstabilan ekonomi. Sedangkan untuk peternakan seharusnya digunakan tarif pajak regresif, dimana semakin banyak ternak yang dimiliki semakin rendah tarifnya. Hal ini digunakan untuk mendorong percepatan pertumbuhan usaha dalam skala ekonomi yang besar, namun untuk stok bahan makanan yang tidak tahan lama dan cepat rusak tidak dapat digunakan tarif regresif. Islam menyarankan apabila terjadi kelebihan penawaran *livestok* tidak perlu dijual kepasar, dan pengenaan pajaknya berupa tarif proposional. Apabila konsep ini dijalankandengan baik, maka diharapkan bila terjadi gejolak perekonomian, tidak akan mengakibatkan krisis yang mendalam dan menghancurkan perekonomian.<sup>49</sup>

Disamping penerapan kebijakan fiskal dengan instrumen zakat, pajak dan pengeluaran pemerintah, untuk menciptakan kestabilan dan keseimbangan dalam perekonomian harus ada keseimbangan antara atribut-atribut perekonomian yang oleh Ibnu

---

<sup>49</sup> Jusmaliani, Muhammad Soekami, *Op. Cit.*, hal.94-95

Khaldun digambarkan sebagai model dinamik multidisipliner. Teori ini kemudian dikembangkan oleh Chapra dengan fungsi  $G = f(S, N, W, g \text{ dan } j)$  dimana  $G =$  pemerintah,  $S =$  syariah (peraturan/perundang-undangan yang berlaku),  $N =$  masyarakat,  $g = growth$  (pertumbuhan) dan  $j = justice$  (keadilan).

Chapra juga mengungkapkan bahwa keadilan baik dalam ekonomi maupun aspek kehidupan lainnya sangat bergantung pada terselenggaranya sistem demokrasi yang baik. Dengan demokrasi yang baik akan terjadi mekanisme pertanggung jawaban yang transparan, kritis pada pemerintahan serta terhadap lembaga perwakilan rakyat, dan yang lebih penting demokrasi akan meminimalisasi jumlah korupsi yang ada.

Konsep tersebut termaktub atau tertulis dalam teori Ibnu Khaldun yang telah lama diterapkan di negara-negara barat. Seluruh sumber daya yang ada diolah oleh pemerintah untuk benar-benar mensejahterakan masyarakat. Dengan melalui pengawasan yang ketat dari masyarakat dan demokrasi yang berkembang telah menjadi masyarakat yang lebih makmur, seperti yang diharapkan dalam “*Dynamics Models*”-nya Ibnu Khaldun.<sup>50</sup>

## E. Pertanian

### 1. Pengertian pertanian

Pertanian dalam arti luas mencakup:

- a. Pertanian rakyat atau disebut pertanian dalam arti sempit
- b. Perkebunan, termasuk di dalamnya perkebunan rakyat dan perkebunan besar
- c. Kehutanan
- d. Peternakan
- e. Perikanan

---

<sup>50</sup> Jusmaliani, Muhammad Soekami, *Op.Cit.*,hal.96-97

Dalam pembagian bidang pertanian dibagi menjadi dua:

a. Pertanian rakyat

Yaitu usaha pertanian keluarga dimana diproduksi bahan makanan utama seperti padi, palawija dan tanaman hortikultural, yaitu sayur-sayuran dan buah-buahan. Disamping hasil-hasil usaha tani pertanian rakyat meliputi pula usaha-usaha mata pencaharian tambahan yaitu peternakan, perikanan, dan kadang-kadang usaha pencaharian hasil hutan.

b. Perusahaan pertanian

Yaitu perusahaan pertanian yang memproduksi hasil tertentu dengan sistem pertanian seragam dibawah sistem manajemen yang terpusat dengan menggunakan berbagai metode ilmiah dan tehnik pengelolaan yang efisien, untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya.

## 2. Pengertian usaha tani

Usaha tani adalah organisasi dari alam, tenaga kerja, dan modal yang ditujukan kepada produksi di lapangan pertanian. Organisasi tersebut ketatalaksanaannya berdiri sendiri dan sengaja diusahakan oleh seseorang atau sekumpulan orang sebagai pengelola.<sup>51</sup>

Dalam Islam usaha tani sangatlah dimuliakan sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَنَّ نَبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَوْمًا يُحَدِّثُ، وَعِنْدَهُ رَجُلٌ مِنْ أَهْلِ الْبَادِيَةِ: (أَنَّ رَجُلًا مِنْ أَهْلِ جَنَّةٍ اسْتَأْذَنَ رَبَّهُ فِي الزَّرْعِ، فَقَالَ لَهُ: أَلَسْتَ فِيمَا شِئْتَ؟ قُلَ بَلَى، وَ لَكِنَّ أَحَبُّ أَنْ أَزْرَعَ، قُلَ فَعَدَّرَ، فَبَدَرَ الطَّرْفَ نَبَاتُهُ وَ السِّتْوَاؤُهُ وَ السِّتِحْصَادُهُ، فَكَانَ أَمْثَالَ الْجِبَالِ، فَيَقُولُ اللَّهُ: دُونَكَ يَا ابْنُ آدَمَ، فَإِنَّهُ لَا يُشْبِعُكَ شَيْءٌ). فَقَالَ الْأَعْرَابِيُّ: وَاللَّهِ لَا

<sup>51</sup> Muhammad Firdaus, *Manajemen Agribisnis*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2008, hlm.2-4

بَجْدُهُ إِلَّا قُرَشِيًّا أَوْ أَنْصَارِيًّا ، فَإِنَّهُ أَصْحَابُ زَرْعٍ ، وَ أَمَّا نَحْنُ فَلَسْنَا بِأَصْحَابِ زَرْعٍ ، فَضَحِكَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ [رواه البخاري]

Diriwayatkan dari Abu Hurairah r.a.: Pada suatu hari Nabi SAW bersabda ketika orang-orang Arab Badwi dihadapan beliau: “sesungguhnya penghuni surga memohon izin kepada Tuhannya untuk bercocok tanam. Allah bertanya kepadanya, ‘bukankah kamu sudah berada dalam kesenangan yang kamu inginkan?’ Orang itu menjawab, ‘Ya, tetapi saya ingin bercocok tanam’”. Nabi SAW melanjutkan: “Setelah Allah mengizinkannya, ia segera menabur benih, lalu tumbuh dan berubah dengan cepat. Tanaman-tanaman itu tinggi besar seperti gunung. Kemudian Allah berfirman: ‘Hai anak Adam! Ambil dan petiklah, rupanya kamu tidak merasa kenyang juga’”. Mendengar sabda Nabi SAW tersebut orang Arab Baduwi itu berkata: “Demi Allah, orang-orang yang Anda ceritakan tersebut adalah orang-orang Quraisy dan Anshar, karena merekalah para petani, sedangkan kami bukan petani. [Hadits ini diriwayatkan oleh Al-Bukhari, nomor hadits:2348].<sup>52</sup>

Selain usaha tani dikenal pula istilah perkebunan yang sebenarnya juga merupakan usaha tani yang dilaksanakan secara komersial. Perbedaan perkebunan dengan usahatani antara lain:

**Tabel 2.1**

**Perbedaan usaha tani dengan perkebunan<sup>53</sup>**

No	Ciri-ciri	Usahatani	Perkebunan
1	Lahan	Sempit	Luas
2	Status lahan	Milik, sewa, sakap (garapan)	Hak guna usaha, milik swasta
3	Pengelolaan	Sederhana	Kompleks
4	Tenaga kerja	Petani dan keluarga	Semuanya tenaga upah
5	Jenis tanaman	Campuran atau monokultur pangan	Tanaman perdagangan monokultur
6	Tehnik budidaya	Sederhana	Mengikuti perkembangan teknologi
7	Permodalan	Padat karya	Padat modal padat karya
8	Orientasi	Subsisten, semi komersial, komersial	Komersial

<sup>52</sup> Muslich Shabir, *Terjemah Ringkasan Hadis Shahih Al-Bukhari*, Pustaka Amani, Jakarta, 2002, hlm. 499-500

<sup>53</sup> Muhammad Firdaus, *Op. Cit.*, hlm. 4

### 3. Pengertian agribisnis

Agribisnis digambarkan sebagai sebuah sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yaitu sebagai berikut:

- 1) Subsistem pembuatan, pengadaan, dan penyaluran berbagai sarana produksi pertanian, seperti bibit, benih, pupuk, obat-obatan, alat dan mesin pertanian, bahan bakar, dan kredit. Pelaku dalam kegiatan ini antara lain perusahaan swasta, koperasi, lembaga pemerintahan, bank atau perorangan.
- 2) Subsistem kegiatan produksi dalam usahatani yang menghasilkan berbagai produk pertanian seperti bahan pangan, hasil perkebunan, telur, ikan dan lain-lain. Usaha tani mencakup semua bentuk organisasi produksi mulai dari yang skala kecil sampai skala besar, termasuk budi daya pertanian yang menggunakan lahan secara insentif.
- 3) Subsistem pengumpulan, pengelolaan, penyimpanan, dan penyaluran berbagai produk pertanian yang dihasilkan usahatani atau hasil olahannya ke konsumen. Pelaku kegiatan ini antara lain perusahaan swasta, koperasi, lembaga pemerintah, bank dan perorangan.<sup>54</sup>

### F. Hasil Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya berperan sangat penting untuk membantu dalam proses penelitian. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Trisiladi Supriyanto (2015), Imam Mukhlis (2013), Itsnaeny, Suparni Sampetan dan Hapid (2011), Endri (2007), dan Sahabudin Sidiq (2005). Mengenai stabilitas harga yang hasil dari peneliti tersebut terjadi ketidakstabilan harga. Sehingga diambil sebagai dasar penelitian ini untuk mempermudah dalam melakukan penelitian selanjutnya. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut ini.

---

<sup>54</sup>Muhammad Firdaus, *Op.Cit.*, hlm. 5-6

**Tabel 2.2**  
**Penelitian terdahulu**

No	Nama	Judul Jurnal Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Trisiladi Supriyanto	Konsep rate of profit dan stabilitas ekonomi perbankan	dari jurnal diatas makan dapat disimpulkan bahwa peran rate of profit dalam menciptakan equitable distribusi of wealth dapat dilihat dari volatilitas nilai aset keuangan syariah yang lebih stabil jika menggunakan konsep fiqih yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	sama-sama membahas kestabilan ekonomi	penelitian lebih memfokuskan pada stabilitas ekonomi pada perbanka.
2	Imam Mukhlis	Perdagangan bebas dan stabilitas harga komoditi pangan	Dari jurnal diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa inflasi disebabkan oleh kelangkaan yang mengakibatkan ketidakstabilan oleh karena itu diperlukan adanya pasar bebas dengan mengimpor barang dari luar	sama-sama membahas mengenai stabilitas harga pada sektor pertanian	penelitian lebih memfokuskan penelitian -nya pada perdagang -an bebas yang mampu menstabil -kan harga
3	Itsnaeny, Suparni Sampetan, dan Hapid	Analisis distribusi beras terhadap stabilitas harga Pada perum bulog sub,divisi regional VII	Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa distribusi beras tidak ada pengaruhnya dengan stabilitas harga pada perum	Sama-sama membahas stabilitas harga dan mengguna -kan sumber	Peneliti lebih memfokuskan penelitian -nya pada penditribu -sian

		Makasar.	bulog sub.divisi regional VII Makasar.	data primer dan sekunder.	beras yang dilakukan perum bulog.
4	Endri	Penguatan stabilitas sitem keuangan melalui peningkatan fungsi intermediasi dan efisiensi bank pembangunan daerah (BPD)	Dari jurnal tersebut dapat disimpulkan bahwa stabilitas sistem keuangan perlu ditingkatkan dan dipertahankan karena sebagai aspek yang penting dalam membentuk dan menjaga perekonomian yang berkelanjutan.BPD dituntut untuk dapat menjalankan fungsi intermediasinya secara optimal ban beroperasi secara efisien untuk mendukung penguatan stabilitas sistem keuangan.	Sama-sama membahas stabilisasi	Lebih memfokuskan penelitian -nya pada stabilitas sistem keuangan.
5	Sahabudin Sidiq	Stabilitas permintaan uang di Indonesia sebelum dan sesudah perubahan sistem nilai tukar	dari jurnal diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perubahan sistem nilai tukar tidak merubah stabilitas permintaan uang	Sama-sama membahas stabilisasi	lebih memfokuskan pada stabillitas permintaan uang.

## G. Kerangka Berfikir

**Gambar 2.4**  
**Kerangka berfikir**



Untuk mempermudah proses penelitian, penulis membuat kerangka berfikir dengan menggunakan bagan di atas. Bagan tersebut menjelaskan bahwasanya peneliti terlebih dahulu harus mengetahui pemasaran sayuran yang dilakukan petani.

Selanjutnya dengan mengetahui pemasaran kemudian peneliti harus terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor penentu harga sayuran. Sehingga akan menghasilkan pengetahuan mengenai atas dasar apa saja terbentuknya harga yang dibuat petani. Sehingga peneliti memperoleh informasi mengenai harga dan alasan besaran harga tersebut.

Setelah memperoleh informasi harga, diperlukan beberapa waktu untuk meneliti pergerakan harga sayuran yang ada di desa Regaloh. Setelah mendapatkan data harga sayuran dalam beberapa waktu tersebut. Barulah bisa mengetahui stabil atau tidaknya harga sayuran di tingkat petani yang ada di desa Regaloh. Setelah itu barulah perlu diteliti lebih mendalam mengenai penyebab terjadinya ketidakstabilan harga sayuran ditingkat petani.

