



**TINJAUAN TEORI EKONOMI ISLAM TERHADAP PENENTUAN HARGA
JUAL BATU BATA LADANG LAWEH NAGARI RAMBATAN
KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Jurusan Ekonomi Syariah*

Oleh:

RATIH FEBRIZA
NIM. 1830402086

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
2022M/1443H**

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan dan kekuatan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang kusayangi

Diri Sendiri

Tak ada kata yang lebih tepat selain ucapan terimakasih untukku, yang sudah mau bertahan dan berjuang sejauh ini, untuk sampai dititik sekarang jalanku tak mudah, ada banyak hal sulit dan berat yang sudah dilalui, gagal, patah, kecewa lalu bangkit lagi bahkan tak jarang aku harus menjadi penguat untuk diriku sendiri.

Papa dan MAMA Tercinta

Segala perjuanganku hingga titik ini aku persembahkan kepada papa Basri, SI.Kom, mama kandung Enaliza, mama sambungku Arfidani, S.Pdi, yang paling berharga dalam hidupku. Papa dan mama telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Ketiganya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin hingga aku bisa sampai pada tahap ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segala pengorbannan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti. Aku akan berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Aku akan melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Aku akan tumbuh untuk menjadi yang terbaik yang aku bisa.

KAKAK

Sebagai tanda terimakasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk ketiga kakakku Cici Junia Eriza, SE, Rezi Okta Riza, S.AK, dan Ulfa Hasanah, AMd. Terimakasih telah sudi mendengarkan keluh kesah dan bagaimana sulitnya jalan pemikiranku sehingga dengan sabar memberikan semangat, motivasi dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula.

Dosen Pembimbing Skripsi

Pak Riza Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP, kini mahasiswamu telah genap menjadi sarjana. Tentu ada banyak kejutan hidup yang menantiku didepan sana. Seluruh bekal ilmu yang pernah bapak berikan semoga menjadi modal untuk menjawab tantangan di masa mendatang. Untuk semua masukan, kritikan dan saran yang bapak berikan aku ucapkan terimakasih

Teman Seperjuangan

Untuk kamu, Thank you for being my favorite human and I just want to say you are my happiness, Terkhusus untuk teman suka dan duka ({Rumah Bako {Anduang}) Silfia Rahmadani, S.H (si Bohay), Yolan Sari, S.E (Bundahara), Atika Pratiwi, S.E (Bangau), Novira Shalsabillah, S.E (si Montok), Yulhaniva, S.E (Kukang), Yola Nopita Sari, S.E (si Lemot), Wendri Satria Mardas, S.E (si paling Al-Baqarah), Saldi Huda A, S.E (si Bucin), dan Rian Rahmadani, S.E (si paling santuy) Walaupun nanti akan menjadi asing kembali setidaknya saya ingin mengucapkan terimakasih telah mau mendengarkan keluh kesah, kesedihan, kebahagiaan dan ocehan yang kadang tidak penting sama sekali, terimakasih telah mengajak liburan disaat revisi belum selesai, terimakasih telah menghibur dengan hal-hal konyol dan untuk kita semua semoga sukses untuk masa depan.

BIODATA



Nama Lengkap : Ratih Febriza

NIM : 1830402086

Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 18 Februari 2000

Alamat : Jl. Ampang No.21 RT 002/ RW 007
Kelurahan Ampang Kecamatan Kuranji
Kota Padang Sumatera Barat

Email : ratihfebriza2@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Bhayangkari 3 : Tahun 2005-2006
2. SD Negeri 37 Anduring : Tahun 2006-2012
3. SMP Adabiah Padang : Tahun 2012-2015
4. MAN 1 Padang : Tahun 2015-2017
5. MAN 1 SOLOK : Tahun 2017-2018
6. UIN Mahmud Yunus Batusangkar : Tahun 2018-2022

Riwayat Organisasi

1. HMJ Ekonomi Syariah : Tahun 2020
2. DEMA FEBI : Tahun 2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Ratih Febriza, NIM 1830402086 dengan judul "Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Gampito, SF., M.Si
NIP. 196702192005011005

Batusangkar, 22 Juni 2022
Pembimbing



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 2002121 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus
Batusangkar



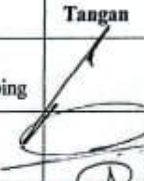
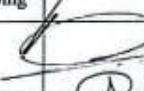

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 2002121 001

Dipindai dengan CamScanner

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **RATIH FEBRIZA**, NIM 1830402086 dengan judul : **"Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh"** telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Selasa, 02 Agustus 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu (S.1) pada jurusan Ekonomi Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No.	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Dr. H.Rizal, M.Ag., CRP NIP.197310072002121001	Ketua Sidang/Pembimbing		16/8/22
2.	Dr. Nil Firdaus., MA NIP.198304222020121001	Penguji I		16/8-2022
3.	Ifelda Nengsih, SE. I., MA., CRP NIP.198608172019032006	Penguji II		16/8.2022

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H.Rizal, M.Ag., CRP
NIP.19731007 200212 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratih Febriza
NIM : 1830402086
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **"Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar"** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 27 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Ratih Febriza

NIM. 1830402086

ABSTRAK

RATIH FEBRIZA/ NIM: 1830402086. Judul Skripsi: **Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar**". Program Strata Satu (SI) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar 2022.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana pengusaha batu bata menganalisis menentukan harga jual di Nagari Rambatan di tinjau dari segi Teori Ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penentuan harga jual batu bata oleh pengusaha batu bata menurut teori ekonomi Islam.

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*). Dengan menggunakan metode kualitatif yang mengungkapkan dan menggambarkan kejadian-kejadian, fenomena-fenomena, data yang terjadi dilapangan. Sebagaimana adanya dengan kenyataan yang sebenarnya, penelitian lapangan ini dilakukan di Jorong Rambatan Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar dengan menggunakan uraian dan informasi yang didapatkan dari objek yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat penulis simpulkan bahwasanya Mekanisme penentuan harga jual batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar dengan menggunakan metode penentuan berbasis biaya. Harga batu bata dihitung dari biaya-biaya pengeluaran, baik produksi barang, transportasi dan lain sebagainya. Ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan, dari hasil itulah harga batu bata dijual. Selain itu terdapat beberapa faktor yaitu faktor cuaca, iklim dan faktor permintaan dan penawaran. Dan dalam konsep konsep ekonomi Islam bahwa penentuan harga yang dilakukan oleh industri Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan sudah sesuai dengan teori ekonomi Islam.

Kata Kunci: Penentuan Harga Jual

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw. Selaku penutup segala Nabi dan Rasul yang diutus dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia, sebagai personifikasi yang utuh dari ajaran Islam dan sebagai tumpuan harapan pemberi cahaya syariat di akhirat kelak.

Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. Adapun judul dari skripsi ini adalah **“Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”**. Peyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang penulis terima. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dengan ikhlas membantu penulis dari awal hingga terselesainya skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih terutama kepada Allah Swt yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua Ayah **Basri, SI.Kom**, Ibu Kandung **Ernaliza**, serta Ibu Sambung **Arfidani, S.Pdi** yang selalu memberikan motivasi serta dukungan baik secara moril maupun materil. Penulis bersyukur bisa memiliki orang tua seperti ayah, ibu kandung, serta ibu sambung yang selalu mendidik, memberikan motivasi, kasih sayang, nasihat, cinta, perhatian yang dalam, pengorbanan serta do’a dari beliau yang tulus yang tidak akan bisa terbalaskan oleh penulis.

Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini banyak bantuan, motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak. Dalam konteks ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar sekaligus pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam upaya penulisan skripsi ini.
3. Gampito, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar sekaligus Penasehat Akademik yang selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Dr. Nil Firdaus., MA selaku penguji I yang telah memberikan bimbingan dan arahan terhadap penyempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Ifelda Nengsih, SE. I., MA., CRP selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan dan arahan terhadap penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Kepada perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi UIN Mahmud Yunus Batusangkar khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menaruh perhatian dan bantuan kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.
8. Seluruh Aparat Pemerintahan Kantor Wali Nagari Rambatan yang telah bersedia bekerjasama dan membantu penulis melakukan penelitian.
9. Edy Candra dan seluruh karyawan Batu Bata Jaya Ladang Laweh yang telah bersedia bekerjasama dan membantu penulis melakukan penelitian.
10. Kepada orang terdekat penulis yang telah membantu dan selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Kepada Senior dan Junior yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu kritikan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Batusangkar, 15 Juni 2022

Penulis

Ratih Febriza
1830402086

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Defenisi Operasional.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	7
1. Konsep Harga	7
2. Metode Penentuan Harga	17
3. Penentuan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam	23
a. Abu Yusuf	28
b. Al-Ghazali	30
c. Ibnu Taimiyah	30
d. Ibnu Khaldun.....	31
B. Penelitian Relevan	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37

C. Instrumen Penelitian	38
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	39
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	41
1. Gambaran Umum Nagari Rambatan	41
2. Gambaran Umum Industri Batu Bata Ladang Laweh.....	46
B. Pembahasan.....	48
1. Penentuan Harga Penjualan Batu Bata Ladang Laweh.....	48
2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Ladang Laweh.....	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga dan penjualan Industri Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan.....	4
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Luas Wilayah Nagari Rambatan	43
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Nagari Rambatan.....	44
Tabel 4.3 Perkembangan Industri Nagari Rambatan	45
Tabel 4.4 Luas Lahan menurut penggunaan di Nagari Rambatan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Nagari Rambatan5

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama yang praktis yang mana di dalamnya mengajarkan sistem kehidupan salah satunya tentang ekonomi. Hal ini berkaitan dengan pendapat Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) dalam bukunya adalah Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia. Ekonomi merupakan suatu bagian dari agama. Ruang lingkup ekonomi meliputi satu bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi dan produksi. (Hasnah, 2015, hal. 14)

Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral etika bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor. Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi. (Rivai & Bukhari, 2009)

Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, setiap pelaku ekonomi cenderung mempunyai cara pandang dan bertindak sesuai dengan prinsip ekonomi yakni efisiensi dan efektif. Arti prinsip ekonomi adalah dengan modal yang sekecil-kecilnya untuk memperoleh hasil yang maksimal. Dengan demikian, prinsip ekonomi selalu berkaitan dengan efisiensi biaya dan efektivitas hasil usaha. Bagi setiap perusahaan, efisiensi biaya meliputi faktor-faktor produksi yang terdiri atas sumber daya alam, sumber daya manusia, modal dan manajemen. Sedangkan efektivitas merupakan hasil usaha suatu perusahaan yang tercermin dari kemampuannya menghasilkan output yang berwujud barang dan jasa secara menguntungkan. (Tantri, 2016, hal. 5-6)

Produksi merupakan sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan suatu barang dan jasa. Biasanya kegiatan ini dilakukan dalam

menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang dan jasa. Dengan pengertian ini, maksud produksi adalah sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Yang mana hasil pengolahan tersebut menjadi barang yang siap jadi dan siap untuk diperjual belikan atau dipasarkan. (Assauri, 2008, hal. 17-18). Produksi dan konsumsi saling berkaitan erat di dalam suatu bisnis perdagangan. Yang mana di dalam ilmu Ekonomi konsumsi dapat diartikan sebagai pengguna barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung memenuhi kebutuhan manusia. (Rosyidi, 2011, hal. 163).

Pada penentuan harga jual memerlukan berbagai pertimbangan terintegrasi. Melalui biaya, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum. Pada dasarnya harga jual setiap produk harus memiliki kebijakan yang benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya untuk mencapai suatu tujuan.

Oleh karena itu jual beli benda bagi muslim bukan hanya sekedar memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Tetapi secara vertikal bertujuan untuk memperoleh ridho Allah dan secara horizontal bertujuan untuk memperoleh keuntungan sehingga benda-benda yang diperjualbelikan akan senantiasa dikembalikan kepada aturan-aturan Allah. Benda-benda yang haram diperjualbelikan menurut syara tidak akan diperjualbelikan, karena tujuan jual beli bukan semata untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga mencari ridho Allah.

Mekanisme penentuan harga secara Islami berorientasi pada diperolehnya tingkat kesejahteraan yang sepadan sesuai dengan kontribusi setiap pihak dan tidak mengarah pada ketidakadilan dalam memperoleh nilai tambah ekonomi bagi pihak-pihak terkait. Disini peran pemerintah di dalam mencegah terjadinya distorsi yang menghambat segala macam hambatan proses terbentuknya harga yang wajar bagi semua pihak di dalam pasar, bagi produsen, pedagang maupun konsumen. (Muhammad, *Bisnis Syariah Perspektif Mualamah dan Manajemen*, 2007, hal. 157)

Disetiap proses produksi pasti terdapat pemasaran, yang mana pemasaran ini berfungsi sebagai sarana memperjualbelikan barang yang telah diproduksi sebelumnya agar daya guna dari barang tersebut dapat dirasakan oleh konsumen atas kebutuhannya dari barang tersebut. Tetapi sering kali harga pasar tercipta tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam prakteknya mekanisme pasar terkadang juga tidak dapat berjalan dengan baik, karena adanya berbagai faktor yang mendistorsinya. Untuk itu pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga.

Distorsi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah sebuah gangguan yang terjadi atau pemutar balikan suatu fakta, aturan dan penyimpangan dari fakta yang seharusnya terjadi, sedangkan pasar secara umum dapat dikatakan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Dari kedua pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya maksud distorsi pasar ialah sebuah gangguan yang terjadi terhadap sebuah mekanisme pasar yang sempurna menurut prinsip Islam. (Karim A. A., 2008, hal. 183)

Allah SWT menjelaskan pahala yang besar bagi orang-orang beriman dalam beramal saleh. Amal-amal yang paling menonjol antara lain menyampaikan amanah dan menetapkan perkara di antara manusia dengan cara yang adil. Dalam QS. AN-Nisa' [4]: 58 selain menjelaskan mengenai amanah juga dijelaskan mengenai berlaku adil dalam kaitannya dengan harga adalah bahwa dalam penentuan harga jual maka harus dilakukan secara adil agar tidak merugikan salah satu pihak (penjual atau pembeli). Dalam QS. AN-Nisa' [4]: 58 yang berbunyi:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”.

Awalnya pembangunan industri batu bata tidak diragukan lagi. Pembangunan industri batu bata diarahkan untuk meningkatkan hasil produksi dan meningkatkan taraf masyarakat. Banyak faktor yang membuat harga batu bata ini menguat atau melemah mulai dari kondisi perekonomian, permintaan dan pasokan hingga naik turunnya harga jadi sebuah batu bata.

Di Nagari Rambatan industri batu bata memegang peran penting dalam menunjang perekonomian, karena sebagian besar masyarakat bermata pencarian sebagai pembuat batu bata atau memiliki industri batu bata. Adapun data harga dan penjualan batu bata Ladang Laweh Kabupaten Tanah Datar yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data harga dan penjualan Industri batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan pada bulan Januari 2021 sampai September 2021

No.	Bulan	Harga/ bata	Penjualan/ Bulan
1.	Januari	Rp. 600	65.000 bata
2.	Februari	Rp. 700	70.000 bata
3.	Maret	Rp. 1.000	65.000 bata
4.	April	Rp. 1.000	63.050 bata
5.	Mei	Rp. 600	65.500 bata
6.	Juni	Rp. 500	62.300 bata
7.	Juli	Rp. 600	65.250 bata
8.	Agustus	Rp. 600	60.000 bata
9.	September	Rp. 500	70.000 bata

Sumber: Hasil wawancara pemilik industri batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan bahwasanya mekanisme penentuan harga jual industri batu bata Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar cenderung naik turun atau fluktuasi. Hal ini terjadi karena kondisi cuaca yang tidak stabil, kondisi perekonomian masyarakat. Jika harga batu bata naik, maka persediaan bahan baku sulit untuk didapatkan dan kurangnya permintaan akan barang. Jika harga batu bata

turun maka permintaan akan barang turun dan menyebabkan para industri mengeluh, mereka takut jika harga batu bata setiap bulannya naik turun atau fluktuasi yang membuat stok batu bata yang mereka miliki tidak terjual dan menyebabkan kerugian dan sedikit kesulitan untuk membayar gaji karyawan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk meneliti Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini dilakukan di Nagari Rambatan karena beberapa alasan yaitu berdasarkan data, di Nagari Rambatan memiliki lahan tanah liat yang luas dan dominan mata pencarian masyarakat Nagari Rambatan sebagai pemilik industri batu bata. Akan tetapi kenyataannya di Nagari Rambatan harga batu bata terus mengalami fluktuasi dikisaran harga yang rendah. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul “Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”.

B. Fokus penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah, maka yang akan penulis bahas adalah di fokuskan kepada Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang ada beberapa pokok pembahasan yang akan penulis kembangkan adalah bagaimana pengusaha batu bata menganalisis menentukan harga jual di Nagari Rambatan di tinjau dari segi Teori Ekonomi Islam?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tujuannya adalah untuk menganalisis bagaimana pengusaha batu bata menentukan harga jual di Nagari Rambatan di tinjau dari segi Teori Ekonomi Islam.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada dasarnya mempunyai manfaatnya, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan penjelasan deskriptif kepada akademis, mahasiswa, dan pihak-pihak lainnya mengenai “Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”

2. Manfaat praktis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan yang luas dalam meningkatkan kompetensi diri, intelektual serta emosional dalam bidang Ekonomi Islam khususnya mengenai “Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”

F. Definisi Operasional

Defenisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yakni “*Tinjauan Teori Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar*”, maka defenisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu:

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh sebab itu salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas barang produk suatu barang dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penentuan harga adalah menetapkan harga suatu barang, apabila barang ini terlalu tinggi maka akan menyebabkan penjualan akan menurun

namun, jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual selain itu penentuan harga juga memiliki strategi-strategi tertentu. (Potong, 2000, hal. 195)

Ekonomi islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka sesuai dengan syariat islam, tanpa mengekang kebebasan individu secara berlebihan, menimbulkan ketidakseimbangan makro ekonomi dan Mikro, atau melemahkan keluarga dan solidaritas sosial jalinan moral dan masyarakat. (Kara, 2009, hal. 1)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwasanya penentuan harga jual dalam ekonomi Islam adalah harga wajar atau harga keseimbangan yang diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan (*suplay*) dan penawaran (*demand*).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Konsep harga

a. Pengertian harga

Harga merupakan aspek yang sangat penting dalam setiap proses produksi dari harga jual yang akan diterapkan oleh seorang atau sejumlah produsen dari barang yang telah diproduksi sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Kolter dan Armstrong dalam bukunya yakni dalam arti sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah juga salah satu elemen yang paling fleksible dari bauran pemasaran. Pada saat yang sama, penentuan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Namun, banyak perusahaan yang tidak menangani harga dengan baik. Kesalahan-kesalahan utama yang biasa terjadi adalah penentuan harga yang terlalu berorientasi pada biaya, harga yang tidak cukup direvisi untuk menfleksikan perubahan pasar, penentuan harga yang tidak bervariasi untuk produk-produk, segmen pasar, dan tujuan pembelian yang berbeda. (Kolter & Armstrong, 2001, hal. 439-440).

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberi nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya digunakan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Harga menurut Philip Kotler harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah satu-satunya elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penentuan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi eksekutif pemasaran. Menurut Rachmad Syafe'i harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh ketua pihak yang melakukan akad. Sasaran dalam penentuan harga adalah berorientasi pada keuntungan dengan cara, *Pertama*, maksimalisasi keuntungan, *Kedua*, keuntungan yang memuaskan, *Ketiga*, target pengembalian investasi (*return on investment*). Selain itu juga penentuan harga dengan sasaran yang berorientasi pada penjualan yaitu; *Pertama*, pangsa pasar dan *Kedua*, memaksimalkan penjualan serta penentuan harga dengan sasaran status quo yaitu mempertahankan harga yang telah ada atau menyesuaikan diri dengan harga pesaing. (Parakkasi & Kamiruddin, 2018, hal. 110)

Peran harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasar. Peranan harga bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan adalah:

- 1) Bagi perekonomian, harga mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-

faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, dan seterusnya.

- 2) Bagi konsumen, dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain seperti (citra merek, lokasi toko, layanan, nilai dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi terutama dalam kategori *specialty product*.

Harga adalah penentuan nilai uang barang dan harga barang dengan adanya satu harga maka masyarakat dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima. Menurut M. Abdul Manan keingkaran orang Islam untuk menerima harga pasar menuju kesejahteraan sosial membuat fungsi dari kelenturan harga kebutuhan dan Supply menurut adat dan kebiasaan menjadi terbatas. Reaksi keperluan akan perubahan dalam pemasukan dipandang sebagai hal yang lebih penting daripada harga dalam ekonomi islam. Kewajiban yang utama dalam analisis ekonomi Islam adalah menganalisa faktor-faktor atau kekuatan-kekuatan dasar yang mempengaruhi asal-usul kebutuhan Supply.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk memanfaatkan *anne-marie* dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Adapun menurut Sunarya harga merupakan sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk membeli dan menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. harga juga menjadi penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk dan sekaligus pada saat yang sama untuk

menentukan beberapa besar keuntungan yang diperoleh dalam berdagang (Supriadi, 2018:26-27)

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Pasar tidak membutuhkan suatu intervensi dari pihak manapun tidak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya. Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam Al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal.

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (*supply*) dan penawaran (*demand*) dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik-menarik sehingga membentuk suatu komunitas pasar. Bila suatu permintaan terjadi secara alami dan normal, maka suatu kegiatan pasar akan berjalan stabil dan kondusif, tetapi sebaliknya bila pasar berjalan tidak normal dan penuh rekayasa, maka pasar akan rusak.

Teori permintaan menerangkan karakter dan sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang dan jasa. Sedangkan teori penawaran menjelaskan karakter penjual dalam menawarkan barang dan jasa yang akan diperjual belikan. Kedua efektifitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah barang yang dijual akan memunculkan suatu realitas apakah yang terjadi pasar bebas atau distorsi pasar.

Ilmu ekonomi konvensional menjelaskan bahwa hukum permintaan adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka

akan semakin sedikit terhadap barang tersebut. Sebagai contoh kasus adalah bila harga beras melambung tinggi atau mahal, maka akan semakin banyak orang untuk mengurangi konsumsi beras dengan cara mengkonsumsi ubi jalar atau jagung sebagai pengganti makanan pokok beras yang harganya semakin tidak terjangkau.

Dengan kata lain bahwa jumlah permintaan sangat bergantung pada harga komoditas barang tertentu, sehingga perilaku konsumen menyikapi kenaikan harga adalah salah satu alasan untuk mengurangi pembelian atau mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap komoditi yang mengalami kenaikan. Begitu pula bila terjadi penurunan harga pada komoditas tertentu, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang yang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap komoditi yang mengalami penurunan harga. (Hilal, 2014, hal. 18-20)

b. Tujuan harga

Dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula. (Tjiptono, 2011, hal 64)

Harga menjadi suatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah keuntungan yang didapatkan menjadi berkurang. Penentuan harga yang dilakukan penjual akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan berbagai cara seperti:

- 1) Penentuan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang ditetapkan di pasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkannya.
- 2) Penentuan harga jual yang dilakukan pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum, sedangkan perusahaan-perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual sekehendaknya.
- 3) Penentuan harga jual yang dicontohkan oleh perusahaan maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih untuk membeli ataupun tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijakan yang terdapat dalam perusahaan.

c. Pengertian Harga dalam pandangan Ekonomi Islam

Menurut Rachmat Syafei. Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang dilakukan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga ga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh oleh kedua pihak yang akad (Nuryadin, Harga Dalam Pandangan Islam, 2007). Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih, atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pembeli.

Menurut Philip Kotler penentuan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti oleh suatu jangka waktu tertentu (mengenai perkembangan pasar). Menurut Fandy Tjiptono penentuan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Selanjutnya dia mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). (Tjiptono, Strategi Pemasaran, 2018)

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: penentuan harga mempunyai dua bentuk, ada yang boleh dan ada yang haram. *Tas'ir* ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil itulah yang dibolehkan. Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka meridhoi, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menurut Qardhawi, jika pedagang menahan suatu barang sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli itu mau membelinya dengan harga dua kali lipat harga pertama. Dalam kasus ini para pedagang secara sukarela harus menerima penentuan harga oleh pemerintah. Pihak yang berwenang wajib menetapkan harga itu. dengan demikian, penentuan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagai mana diminta oleh Allah. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. (Nuryadin, 2017:93-94).

Dari definisi tersebut dijelaskan bahwa yang menentukan harga adalah permintaan produk atau jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk atau jasa dari para pengusaha atau pedagang, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli duopoli oligopoli dan persaingan sempurna. apapun bentuk penawaran pasar tidak dilarang oleh agama selama tidak

berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan, titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan Ridho dan para penjual memberikan ridho, titik keseimbangan ini ini dinamakan kesepakatan harga.

d. Faktor-faktor dalam penentuan harga

Prosedur dalam penentuan harga barang atau jasa, yang ditawarkan setiap perusahaan tidak menggunakan prosedur yang sama dalam penentuan harga dimana menurut Stanton bahwa penentuan harga meliputi 5 tahap, yaitu:

- 1) Mengestimasi permintaan barang tersebut pada tahap ini seharusnya produsen perlu membuat estimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total. Hal ini untuk lebih memudahkan dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Pengestimasian tersebut dapat dilakukan dengan jalan: Menentukan harga yang diharapkan (expected price), Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat.
- 2) Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan kebijaksanaan penentuan harga tentu harus memperhatikan kondisi persaingan yang ada di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari: Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain, Barang pengganti (substitusi), Barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.
- 3) Menentukan market share yang dapat diharapkan. Bagi perusahaan yang ingin bergerak dan maju lebih cepat tentu selalu mengharapkan market share yang lebih besar. Untuk mendapatkan market share yang lebih besar harus ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping

dengan penentuan harga tertentu. Usaha peningkatan market share yang diharapkan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.

- 4) Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar ada beberapa strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu: *Skim the cream pricing* (penentuan harga penyaringan). Kebijakan penentuan harga ini memiliki tujuan untuk menutupi biaya pengembangan dan promosi. *Penetration pricing* (penentuan harga penetrasi) Kebijakan penentuan harga ini bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang sebesar-besarnya dalam waktu relatif singkat.
- 5) Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan faktor lainnya harus dipertimbangkan dalam penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat barang, sistem distribusi dan program promosinya. Menurut Philip Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Marius mengatakan bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan dan menetapkan harga yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal. (Kasmir, 2006, hal. 176-177)

Setiap perusahaan menetapkan harga yang paling tepat, supaya dengan kebijakan penentuan harga memberikan keuntungan yang baik. Kebijakan penentuan harga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual bagi suatu produk berdasarkan pendapat Kotler adalah:

- 1) Kondisi pasar

Persaingan sangat mempengaruhi penentuan harga dan merupakan alat pemasaran. Harga yang ditetapkan oleh pesaing biasanya menjadi tolak ukur penentuan harga.

- 2) Harga produk

Dalam penentuan harga sebaiknya perusahaan mengenal harga pesaing yang ada di pasaran (*price awareness*) dan harga yang diberikan konsumen. Harga jual yang diterapkan dengan menggunakan metode *Cost Plus Percentage Of Cost Pricing* yaitu dengan menambahkan persentase yang diinginkan oleh perusahaan.

3) Elastisitas permintaan dan besaran permintaan

Elastisitas permintaan dan besaran permintaan adalah untuk mengetahui berapa besar permintaan yang disebabkan harga. Disamping itu sangat diperlukan respon konsumen terhadap perubahan harga yang dikaitkan dengan penggunaan produk.

4) Menetapkan tujuan harga

Dalam menetapkan tujuan harga produsen menghubungkan dengan strategi perusahaan secara menyeluruh. Umumnya tujuan penentuan harga adalah:

- a) Memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar
- b) Mempertahankan kualitas dan differensiasi layanan
- c) Memaksimalakn keuntungan

5) *Differensiasi* dan *Life Cycle* Produk

Dalam memenangkan pasar bagi perusahaan tentunya sangat dibutuhkan perbedaan dengan produk kompetitor. Misalnya dalam aspek kualitas, pelayanan, dan faktor lainnya. Pengenalan produk yang dikaitkan dengan waktu dan besarnya penjualan. Dengan pengenalan dan pemahaman kondisi produk maka produsen akan lebih mudah dan bebas menentukan tarif. (Karim A. A., *Ekonomi Mikro Islam*, 2010, hal. 141-151)

2. Metode Penentuan Harga

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penentuan

harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan. (Cristiani, 2019)

Boyd Walker dan Laurreche menyatakan bahwa: “ada sejumlah cara dalam menetapkan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor itu meliputi:

- a. Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pemasaran.
- b. Perluasan produk sedemikian rupa, sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
- c. Biaya dan harga pesaing.
- d. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti.

Penentuan harga oleh suatu Lembaga dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut: (Supriadi, 2020, hal. 4-5)

- a. Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan. Maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

- b. Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga- harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing

objectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m³, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya, serta penyelenggaraan seminar-seminar.

c. Berorientasi pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penentuan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penentuan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

d. Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industri leader*).

Menurut Fandy Tjiptono, metode penentuan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan. (Supriadi, 2020, hal. 5-6)

a. Penentuan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor biaya, laba dan

persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, di antaranya yaitu: kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk-produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non-harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen dalam pasar. Adapun metode penentuan harga berbasis permintaan terdiri dari; *skimming pricing*, *penetration pricing*, *prestige pricing*, *price lining pricing*, *odd-even pricing*, *demand-backward pricing*, dan *bundle pricing*.

b. Penentuan Harga Berbasis Biaya

Metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biayabiaya langsung, biaya overhead, dan laba. Termasuk dalam metode ini adalah *standard markup pricing*, *cost plus percentage of cost pricing*, *cost plus fixed fee pricing* dan *experience curve pricing*.

c. Penentuan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penentuan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Termasuk dalam metode ini: *target profit pricing*, *target return on sales pricing* dan *target return on investment pricing*.

d. Penentuan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penentuan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam, yaitu *customary pricing*, *above, at, or below market pricing*, *loss leader pricing*, dan *sealed bid pricing*.

Dalam penentuan harga jual, tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh

beberapa faktor, seperti: kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan biaya, tujuan menejer atau penjual, dan pengawasan pemerintah. (Swasta & Irawan,2008)

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Faktor ekonomi seperti booming atau resesi, inflasi dan suku bunga mempengaruhi keputusan penentuan harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk dan biaya memproduksi suatu produk.

b. Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

a. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil industri misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*). Dalam persaingan ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi penjual yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli yang banyak ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula

terjadi keadaan persaingan lainnya, seperti: persaingan tidak sempurna, oligopoli dan monopoli.

b. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

c. Tujuan pelaku usaha

Penentuan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap pelaku usaha tidak selalu mempunyai tujuan sama dengan pelaku usaha lain. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai antara lain:

- 1) Laba maksimum
- 2) Volume penjualan tertentu
- 3) Penguasaan pasar
- 4) Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.
- 5) Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha kearah monopoli.

6) Citra atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibandingkan barang atau jasa yang masih baru dipasar.

Penentuan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penentuan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari

seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penentuan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penentuan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penentuan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai perusahaan.

Rambat dan Hamdani (2008:181) mengatakan bahwa dalam penentuan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung:

- a. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- b. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penentuan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

3. Penentuan harga dalam perspektif ekonomi Islam

Islam sangat kosen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran Negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para ulama berbeda pendapat mengenai boleh tidaknya Negara menetapkan harga. Sebagian ulama menolak peran Negara untuk menetapkan harga, sebagian ulama lain membenarkan Negara untuk menetapkan harga. (Rozalinda, 2015, hal. 169)

Dengan adanya tas'ir atau penentuan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktik penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelahan hati. Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan

memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan. Penentuan harga sebagian besar berdasarkan pada permintaan. Apabila permintaan banyak, harga yang dikenakan akan tinggi. Akan tetapi, bila permintaan sedikit, harga yang dikenakan akan rendah. Harga dapat berbeda-beda berdasarkan konsumen. Harga yang lebih tinggi diberikan kepada pembeli yang tidak mepedulikan harga, dan harga yang lebih rendah diberikan pada pembeli yang memperhatikan harga. Penentuan harga seperti ini dapat menghancurkan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang. Penentuan harga dalam pasar itu ditentukan oleh supply and demand (kekuatan permintaan dan penawaran). Antara permintaan dan penawaran harus terjadi rela sama rela yang tidak ada unsur terpaksa atau tertipu dalam melakukan transaksi barang. (Yuliar, 2012)

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (muhtasib). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penentuan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang di riwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa'i). (Fauzia, 2014, hal. 201-204). Dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut:

Artinya: "Manusia berkata saat itu, „Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami". Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku Diana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta".

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli; dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual. Hukum asal yaitu tidak ada penentuan harga (*al-tas'ir*), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penentuan harga untuk barang-barang sekunder.

Jika barang yang tersedia di pasar sedikit, sedangkan barang tersebut diperlukan oleh banyak konsumen, maka harga barang tersebut akan naik. Sebaliknya, bila transportasi antar wilayah lancar maka banyak barang impor yang masuk ke pasar dan menyebabkan melimpahnya barang tersebut sehingga mengakibatkan harga barang akan menurun. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Bahwa besar kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan penawaran dan permintaan (Taufik & Pratomo, 2018).

Sistem Islam memberi perhatian terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan dari kekuatan yang bersifat massal dan impersonal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual atau pembeli. Karena jika mekanisme pasar terganggu maka harga yang adil tidak akan tercapai. Harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Sistem Islam sangat mendorong konsep harga yang adil, terbuka dan sesuai mekanisme pasar yang sempurna.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dapat dirujuk kepada hadis Rasulullah saw sebagaimana disampaikan oleh Anas RA, sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang di kota Madinah.

Sabda Rasulullah saw yang artinya: “*Dari Anas ibn Malik ra. Berkata: Harga komoditas perdagangan beranjak naik pada zaman Rasulullah saw, lalu para sahabat mengadu kepada beliau seraya berkata: Ya Rasulullah, harga barang-barang menjadi mahal, maka tetapkanlah patokan harga buat kami. Lalu Rasulullah saw menjawab: Sesungguhnya Allah lah yang menetapkan harga (Zat) Yang menahan dan yang membagikan rizki, dan sesungguhnya saya berharap agar dapat berjumpa dengan Allah SWT dalam kondisi tidak seorangpun di antara kalian yang menuntut saya karena kedzaliman yang menimbulkan pertumpahan darah dan harta*”.

Teori ekonomi Islam mengenai harga. Rasulullah saw, dalam hadis tidak menentukan harga. Ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Rasulullah saw. menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah-lah yang menentukannya. Ucapan Nabi Saw itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah saw yang sunnatullah atau sesuai hukum *supply and demand* (Amirudin & Parakkasi,2018)

Ketika Ibn Taimiyah melakukan analisis terhadap implikasi perubahan penawaran dan permintaan terhadap harga, ia tidak memperhatikan pengaruh tingkat harga terhadap tingkat penawaran dan permintaan. Ia mengemukakan bahwa penentuan harga yang dilakukan oleh pemerintah dengan cara menghilangkan keuntungan yang didapat oleh para pedagang akan menyebabkan terjadinya kerusakan harga. Dengan kata lain, jika pemerintah mengambil tindakan seperti itu akan menyebabkan hilangnya persediaan barang-barang dari peredaran dan semisal barang tersebut beredar di pasaran maka persediannya hanya sedikit. Karena para pedagang sudah dirugikan oleh kebijakan pemerintah dan enggan untuk menjual barang dengan persediaan yang lebih banyak. Ia menyadari bahwa persediaan barang yang menipis akan mengakibatkan perubahan harga secara signifikan.

Ibn Taimiyah membagi masalah dua jenis mengenai penentuan harga, yang pertama yaitu penentuan harga yang dilakukan dengan cara tidak adil dan tidak berlandaskan hukum dan yang kedua yaitu penentuan harga secara adil dan berlandaskan hukum. Munculnya penentuan harga yang tidak adil

bisa terjadi akibat dari kenaikan permintaan dan penurunan penawaran. Akibatnya yaitu timbul rasa cemas dalam masyarakat, karena ditakutkan nantinya tidak akan bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Ibn Taimiyah, dalam melakukan suatu penentuan harga sebaiknya melibatkan pemerintah. Karena ditakutkan jika pemerintah tidak bertindak maka para pedagang akan seenaknya dalam melakukan penentuan harga dari suatu barang tanpa memperhatikan penawaran maupun permintaan. Pemerintah juga dalam menetapkan suatu harga harus memperhatikan dari segi penjual supaya tidak ada yang dirugikan antara penjual dengan pembeli. Penentuan tersebut bertujuan supaya para penduduk dapat memenuhi kebutuhan pokoknya dan menjaga kejujuran dalam suatu mekanisme pasar (Taufik & Pratomo, 2018)

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih Maqashid al-Syariah, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan).

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah 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 dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual. Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud

untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khattab. (Hakim,2012:169-170)

Ulama Zahariyyah, sebagian ulama Malikiyah, sebagian ulama Syafiiyah, sebagian ulama Hanabilah dan imam Asy-Syaukani menyatakan berdasarkan hadits di atas tersebut menyatakan walaupun kondisi apapun penentuan harga oleh pemerintah tidak dapat dibenarkan, jika dilakukan hukumnya haram. Pematokan harga merupakan suatu kezoliman. Menurut mereka, baik harga itu melonjak tinggi yang disebabkan oleh tingginya permintaan, maupun ulah spekulasi maupun faktor alam, segala bentuk campur tangan pemerintah dalam penentuan harga tidak boleh. Apabila pemerintah ikut campur tangan dalam penentuan harga komoditi, berarti unsur penting dari jual beli yaitu antaradinkum para pihak akan hilang. (Rozalinda,2015:170)

Pada masa kenabian dalam dunia perdagangan Arab menjadi kesepakatan bersama bahwa tingginya rendahnya permintaan terhadap komoditas ditentukan oleh harga yang bersangkutan yang mana jika tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan bila tersedia banyak barang maka harga akan menjadi murah. Dalam pembahasan harga serta hal-hal yang terkait mengungkapkan pendapat para ekonom Muslim yaitu Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah beserta Ibnu Khaldun.

a. Abu Yusuf

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

Fenomena yang berlaku pada amasa Abu Yusuf dapat dijelaskan

dalam teori permintaan yang mana teori ini menjelaskan hubungan antara harga dengan banyaknya kuantitas yang diminta. Menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi adalah negatif, apabila terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi dan juga sebaliknya apabila barang tersebut melimpah maka harga akan cenderung turun atau lebih rendah. Sehingga hukum permintaan mengatakan bila harga komoditi naik akan menyebabkan penurunan jumlah komoditi yang dibeli dan juga jika harga turun maka konsumen akan meningkatkan jumlah komoditi yang akan dibeli.

Abu Yusuf merupakan salah satu ulama yang menentang penentuan harga yang dilakukan oleh pemerintah. Ini berdasarkan hadits Nabi yang menjelaskan bahwa tinggi-rendahnya harga merupakan ketentuan Allah yang tidak boleh dicampuri. Selain itu Abu Yusuf tercatat sebagai salah satu ulama yang paling awal menyinggung mekanisme pasar. Beliau memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Beliau mengatakan dalam kitab *Kitab al-Kharaj*: *“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 mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan berlimpah tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.”*

Dari pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa Abu Yusuf membantah pendapat umum tentang hubungan terbalik antara penawaran dan harga. Pada kenyataannya, penawaran tidak tergantung pada penawaran saja, tetapi juga pada kekuatan penawaran atau daya beli. Oleh karena itu, peningkatan dan penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan dalam produksi. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi, tetapi variabel tersebut tidak dijelaskan secara rinci. Bisa jadi variabel tersebut adalah pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar dalam suatu

negara, atau penimbunan dan penahanan barang, atau semua hal tersebut (Nurseha,2018: 11)

b. Al-Ghazali

Al-Ghazali telah menjabarkan secara rinci akan peranan aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran. Menurut Al-Ghazali pasar merupakan bagian dari “keteraturan alami” secara rinci ia juga menerangkan bagaimana evolusi terciptanya pasar.

Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa keuntunganlah yang menjadi motif perdagangan. Dan pada saat lain ia menjabarkan pentingnya peran pemerintah dalam menjamin keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi. Al-Ghazali tidak menjelaskan permintaan dan penawaran dalam terminologi modern, beberapa paragraf dalam tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan. Untuk kurva penawaran naik dari kiri bawah ke kanan atas dinyatakan oleh nya sebagai “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan dan barangnya, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah” Al-Ghazali juga telah memahami konsep elastisitas permintaan: *“Mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan”*. (Karim:19)

c. Ibnu Taimiyah

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Anggapan ini dibantah oleh Taimiyah dengan tegas ia menyatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Selanjutnya ia menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. 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. Ibnu Taimiyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif (Supriadi, 2020, hal. 9).

Ibn Taimiyah sangat fokus terhadap hal apa saja yang akan mempengaruhi terhadap mekanisme pasar dan penentuan harga. Dan membuat solusi yang efektif terkait problematika yang ada untuk menciptakan suasana pasar yang adil. Dalam upayanya ia juga melibatkan pemerintah untuk menyeimbangkan kondisi pasar terkait mekanisme dan penentuan harga yang ada di pasar. Ia selalu melarang hal apapun yang nantinya akan merusak mekanisme pasar dan penentuan harga, karena dirasa akan merugikan penjual maupun pembeli. Menurutnya pemerintah memiliki peranan yang sangat sentral dalam mengendalikan pasar. Karena nantinya pemerintah harus memiliki keputusan yang bijak dalam menetapkan suatu harga dalam pasar supaya mekanisme yang terjadi didalamnya dapat berjalan dengan lancar (Taufik & Pratomo, 2018)

b. Ibnu Khaldun

Dalam bukunya *Al-Muqoddimah* ia menulis satu bab berjudul “Harga-harga di Kota” yang mana Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis yakni barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar) maka perdagangan barang-barang kebutuhan pokok mendapatkan prioritas. Suplay bahan pokok penduduk kota besar jauh lebih besar dari pada suplay bahan pokok penduduk kota kecil. Menurut Ibnu Khaldun penduduk kota besar memiliki suplay bahan pokok yang melebihi kebutuhannya sehingga harga bahan pokok di kota besar relatif lebih murah. Sementara itu suplay bahan pokok di kota kecil relatif kecil, karena itu orang-orang khawatir kehabisan makanan, sehingga harganya relatif mahal. Naiknya *disposable income* dapat

meningkatkan *marginal propensity to consume* terhadap barang-barang mewah dari setiap penduduk kota tersebut. Hal ini menciptakan permintaan baru atau peningkatan permintaan terhadap barang-barang mewah, akibatnya harga barang mewah akan meningkat pula. Pada bagian lain dari bukunya, khaldun menjelaskan pengaruh naik dan turunnya penawaran terhadap harga, ia mengatakan: “*ketika barang-barang yang tersedia sedikit, harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, dan harga-harga akan turun*”. Dengan demikian, maka sebagaimana Ibnu Taimiyah Ibnu Kahaldun juga sudah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu keseimbangan harga. (Fauzia, 2015, hal. 217-222)

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29.

Terjemahnya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”. (QS: al-Nisa/ 4:29). (Kementerian Agama RI, 2013:113)

- c. Berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Monopoli setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
- d. Kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat

secara luas.

- e. Keterbukaan (transparancy) serta keadilan (justice). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya. Tujuan penentuan harga, intervensi.

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan itu dilarang, seperti:

- a. *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota.
- b. Mengurangi timbangan dilarang, karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
- c. Menyembunyikan barang yang cacat dilarang, karena penjual mendapat harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
- d. Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang, karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- e. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang, karena kualitas kurma mempunyai harga pasarnya.
- f. Transaksi *najasy* dilarang, karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- g. *Ikhtikar* dilarang, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- h. *Ghaban faa-hisy* (besar) dilarang, yaitu menjual di atas harga pasar.

Dalam Islam, mekanisme penentuan harga dalam ekonomi islam harus sesuai syariah dan berlandaskan iman kepada Allah dan Rasul-Nya. Tujuannya adalah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata aturan yang baik dan terhormat, serta selalu menjaga asas keseimbangan antara dimensi material dan spiritual serta individual dan sosial. Mekanisme pasar sangat dibutuhkan untuk mengatur tata pola kegiatan ekonomi, karena di satu pihak sumber-sumber ekonomi yang terbatas, dan di

lain pihak permintaan ekonomi yang tidak terbatas. Konflik antar sesama dalam memperebutkan sumber-sumber ekonomi tersebut akan sering terjadi, bila mekanisme tidak mampu memainkan *power* dan peranannya (Mulirawan,2015:75).

B. Penelitian yang relevan

Penelitian terdahulu digunakan untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik dan sempurna, untuk itu penulis mengambil referensi yang berasal dari penelitian terdahulu berupa skripsi yang berkaitan dengan penelitian penulis.

Pertama, yang disusun oleh Siti Muslihatun yang berjudul “Analisis Mekanisme Penentuan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey). Adapun hasil dari penelitian ini, bahwa mekanisme penentuan pembulatan harga yang tidak jelas di Fotocopy, namun percetakan Ammey menggunakan penentuan harga berbasis keadilan, penentuan harga di Fotocopy Ammey sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Fotocopy dan Percetakan Ammey mengambil keuntungan pada tingkat hasil pembulatan harga, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dan untuk kotak amal masjid, dan penentuan pembulatan harga merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang penentuan harga sedangkan perbedaannya adalah terletak pada masalah yang dikaji, didalam skripsi saudara Siti Muslihatun mengkaji dan meneliti permasalahan sistem penentuan harga yang dilakukan dengan sistem pembulatan harga oleh Fotocopy dan Percetakan Ammey. Sedangkan permasalahan penelitian yang penulis kaji dan teliti penentuan harga yang dilakukan oleh pembuat batu bata yang ada di Nagari Rambatan dengan penentuan harga penjualan batu batanya didasarkan pada kondisi ekonomi masyarakat, kondisi cuaca, permintaan, dan lain sebagainya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Siti Romlah yang berjudul “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sistem Penentuan Harga Pakaian Jadi Oleh Pedagang Di Pasar Panorama Kota Bengkulu”. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa pedagang pakaian jadi dipasar Panorama kota Bengkulu tidak menggunakan metode penentuan harga, tetapi disini hanya memperhitungkan bagaimana tidak mengalami kerugian dan modal tidak berkurang dalam proses penjualan, hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dari setiap pengambilan barang. Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang diberlakukan oleh pedagang pakaian jadi dipasar Panorama kota Bengkulu sudah sesuai dalam Ekonomi Islam, karena keuntungan yang mereka peroleh juga sesuai dalam Ekonomi Islam karena manfaat dari keuntungan tersebut untuk berjalannya usaha mereka. Persamaan penelitian dengan penelitian penulis sama-sama membahas tentang penentuan harga dan menggunakan sumber data kualitatif, adapun perbedaannya apabila pada skripsi saudari Siti Romlah permasalahan yang dikaji dan diteliti yakni tidak menggunakan metode penentuan harga, tetapi disini hanya memperhitungkan bagaimana tidak mengalami kerugian dan modal tidak berkurang dalam proses penjualan, hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dari setiap pengambilan barang. Sedangkan permasalahan penelitian yang penulis kaji dan teliti penentuan harga yang dilakukan oleh pembuat batu bata yang ada di Nagari Rambatan dengan penentuan harga jual batu batanya didasarkan pada kondisi ekonomi masyarakat, kondisi cuaca, permintaan, dan lain sebagainya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Anida yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penentuan Harga Dan Promosi Produk Minyak Goreng Bimoli Pada Hypermart Kota Bengkulu”. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu, bahwa mekanisme penentuan harga minyak goreng Bimoli yang diterapkan Hypermart kota Bengkulu sudah sesuai dengan landasan etika bisnis Islam. Hanya saja dalam mempromosikan produk minyak goreng Bimoli ada beberapa yang penulis harapkan pada Hypermart kota Bengkulu dapat menerapkannya, yaitu promosi di media promo koran,

promo katalog dan pemasangan spanduk dipinggir jalan, Hypermart mestinya mencantumkan harga normal atau harga asli pada saat mempublikasikan harga promo, potongan harga atau diskon, sehingga konsumen dapat mengetahui kelengkapan informasi harga terhadap produk minyak goreng Bimoli yang dipromosikan tersebut. Persamaan penelitian saudara Anida dengan penulis yaitu samasama membahas dan mengkaji tentang penentuan harga sedangkan perbedaannya terletak pada tinjauannya. Didalam skripsi saudara Anida bahwa mekanisme penentuan harga minyak goreng Bimoli yang diterapkan Hypermart kota Bengkulu sudah sesuai dengan landasan etika bisnis Islam. Sedangkan permasalahan penelitian yang penulis kaji dan teliti penentuan harga yang dilakukan oleh pembuat batu bata yang ada di Nagari Rambatan dengan menetapkan harga penjualan batu batanya didasarkan pada kondisi ekonomi masyarakat, kondisi cuaca, permintaan, dan lain sebagainya.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di suatu lokasi yang memeriksa gambaran lengkap tentang suatu keadaan apa adanya. Penelitian ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data langsung ke lapangan yang berhubungan dengan “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”.

Penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*, yang mana penelitiannya menghasilkan data-data deskriptif dalam bentuk data tertulis atau data lisan dari orang-orang atau pelaku yang berkaitan dengan penelitian yang Penulis amati yaitu “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jual Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar”.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang penulis teliti, dimana penulis melakukan penelitian di lokasi dan tempat penelitian dilakukan di Jorong Rambatan Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar. Penelitian yang dilakukan penulis dimulai dari bulan Oktober 2021 sampai bulan Agustus 2022.

**Tabel 3.1
Rancangan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2021			Tahun 2022								
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	
1.	Pengajuan Proposal												
2.	Bimbingan Proposal												
3.	Seminar Proposal												
5.	Bimbingan Setelah Seminar												
4.	Penelitian												
5.	Bimbingan												

	Skripsi											
6.	Munqasah											

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Dalam pengumpulan data penelitian dilakukan dengan berbagai metode-metode dan alat bantu sebagai instrumen. Instrumen yang dimaksud yaitu pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan dan instrumen yang menunjang kelengkapan yaitu buku catatan, kamera dan perekam suara. Penulisan catatan lapangan itulah yang akan dianalisis dan diolah sebagai hasil penelitian dalam penelitian kualitatif.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara seperti, buku dan jurnal yang terkait.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau perannya. Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur, cara ini dipakai guna lebih mudah dalam tercapainya suatu tujuan. Penulis menggunakan metode ini sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi penelitian, penulis langsung mewawancarai pemilik perusahaan dan karyawan tersebut.

2. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, laporan dan foto. Dokumentasi juga dapat diartikan dengan analisis terhadap dokumen berupa catatan peristiwa yang sudah berlaku, baik yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang atau lembaga.

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap berbagai catatan dan dokumentasi tentang profil dan latar belakang yang diteliti, data atau dokumen yang berkaitan dengan penentuan harga jual batu bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang akan dilakukan terdiri atas deskripsi dan analisis, isi deskripsi peneliti akan memaparkan data-data atau hasil-hasil penelitian melalui teknik pengumpulan data di atas. Dari semua data yang terkumpul, kemudian peneliti akan menganalisis dengan menggunakan metode deskripsi, dengan analisis kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena. Metode kualitatif adalah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti dengan kondisi sebenarnya. Proses analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga.
2. Penyajian data yaitu proses pemberian kesimpulan informasi yang telah disusun, dimana memungkinkan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan kesimpulan, yaitu suatu proses terpenting dan terakhir yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang dapat diuji kebenarannya berdasarkan penyajian data yang diperoleh dari informasi yang sudah dilakukan terhadap objek penelitian dilapangan. (Anggito, 2018, hal. 38)

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Adapun yang menjadi teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini yang penulis gunakan adalah triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila penulis melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya penulis mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. (Sugiyono, 2008, hal. 399)

Triangulasi terdiri dari beberapa macam, yakni sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya wawancara, observasi, dokumentasi atau kuesoner.
3. Triangulasi waktu, waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga kredibel. (Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, 2016, hal. 440)

Triangulasi dalam penelitian ini adalah Triangulasi Sumber, yang mana penelitian ini dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Gambaran Umum Nagari Rambatan

a. Profil Nagari Rambatan

Nama Rambatan berasal dari kata Rambah Etan. Rambah artinya membersihkan lahan atau memotong, menebang pepohonan yang ada untuk dijadikan perkampungan atau daerah penghidupan baru karena orang sudah bertambah banyak. Sedangkan kata Etan berarti disini dan hamparan yang luas dari Utara ke Selatan.

Rambah Etan yang banyak atau sangat luas sekali sampai ke daratan perbukitan. Kata Rambah Etan yang luas, lama kelamaan dari masa ke masa berubah sebutan karena membaca cepat kata "*Rambah Etan*" menjadi bacaan "*Rambatan*" sampai sekarang. Ada juga yang mengatakan atau berpendapat bahwasanya kata "*Rambatan*" berasal dari kata hambatan. Dimana pada masa dahulu berangkat dari rombongan manusia atau orang dari arah Lima Kaum sekarang kearah Selatan, diwaktu masih hutan belantara, sesampainya diperkampungan rambatan sekarang sebahagian dari rombongan tersebut terhambat atau terhalang terpecah dua. Satu lagi terus keselatan arah Padang Magek sekarang, yang sekarang menetap di Rambatan, maka orang menyebut dengan nama hambatan, kelamaan berubah menjadi Rambatan. (Ameh, 2016)

b. Visi, Misi, dan Motto Nagari Rambatan

Visi dan Misi merupakan dasar perumusan kerangka kebijakan dan strategi pembangunan oleh seluruh pelaku pembangunan dan ini menunjukkan bahwa pelaku penyelarasan antara kemauan dan kemampuan bersama dalam membangun kehidupan melalui usaha yang disepakati bersama. Konsep kebijakan dan strategi tersebut menjadi tuntutan bagi semua pihak dan diwujudkan dalam kebersamaan pandangan, sikap dan perbuatan.

1) Visi

Visi pemerintah Nagari Rambatan yang sejalan dengan visi pemerintah Kabupaten Tanah Datar yaitu ***“Membangun Nagari Dengan Kebersamaan, Keadilan Dan Berkesinambungan Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani Lagi Paripurna”***

2) Misi

- a) Memperkokoh Adat *Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah*, ditengah masyarakat untuk keseimbangan untuk dari derasnya arus globalisasi.
- b) Meningkatkan kuantitas dan kualitas anak Nagari secara terampil sehingga mampu memberikan manfaat bagi diri, keluarga, dan masyarakat.
- c) Mengembangkan usaha ekonomi rumah tangga, potensi agribisnis pertanian dan usaha lain sesuai dengan keinginan bersama.
- d) Membangkitkan gairah kesenian dibidang agama, adat, budaya, olahraga, dan pemeliharaan kesehatan keluarga guna untuk menjaga keseimbangan dimensi jasmani dan rohani.
- e) Menjadikan keberagaman pola fikir sebagai kekuatan membangun integritas sosial demi untuk kemajuan secara berkesinambungan.
- f) Membina keharmonisan dan ketentraman hidup melalui peningkatkan keamanan dan ketertiban yang partisipatif.
- g) Meningkatkan kinerja perangkat pemerintah nagari, dan menciptakan biokrasi yang berorientasi pada prinsip transparan serta akuntabilitas.

c. Motto

- 1) Sinergi.
- 2) Melayani.
- 3) Akurat.
- 4) Ramah.

- 5) Transparan.
- d. Struktur organisasi pemerintahan Nagari Rambatan

Gambar. 4.1
Struktur Organisasi pemerintah



CS Dipindai dengan CamScanner

- e. Kondisi Geografi, Batas Administrasi Nagari, Luas Wilayah, demografi, dan Topologi.

1) Kondisi Geografi

Nagari Rambatan mempunyai luas 1.256 hektar, terdiri dari 3 Jorong yaitu Jorong Rambatan, Jorong Pabalutan, dan Jorong Panti. Berdasarkan ketinggian, Nagari Rambatan terletak pada ketinggian 800 MdI diatas permukaan.

2) Batasan Administrasi Nagari

Batas-batas administrasi Nagari Rambatan adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan Lima Kaum.
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Nagari Padang Magek dan Nagari Balimbing.
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Nagari Tabek dan Nagari Cubadak.
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Emas.

3) Luas wilayah

Luas wilayah Nagari Rambatan adalah 1.256.000 KM³, dengan perincian luas per Jorong adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Luas Wilayah Jorong Di Nagari Rambatan Kecamatan Rambatan

No.	Jorong	Luas (KM ³)	Persentase (100%)
1.	Rambatan	528.000 KM ³	42%
2.	Pabalutan	432.000 KM ³	34,3%
3.	Panti	296.000 KM ³	23,5%
Jumlah		1.256.000 KM³	100,00

Sumber: Data Base Nagari Rambatan, 2020

f. Demografis

1) Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Nagari Rambatan tahun 2020 tercatat sebanyak 7,247 jiwa sebagaimana table dibawah ini:

Table 4.2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Jorong

No.	Nagari	Luas wilayah	Penduduk		
			Laki-Laki	Wanita	Jumlah
1.	Rambatan	528.000	528.000	1.881	3.848
2.	Pabalutan	432.000	432.000	1.198	2.320
3.	Panti	296.000	535	544	1.079
Nagari Rambatan		1.256.000	3.614	3.633	7.247

Sumber: Data Base Nagari Rambatan, 2020

2) Kodisi ekonomi

Pemulihan ekonomi merupakan salah satu prioritas rencana strategi pembangunan Nagari Ramabatan. Seperti halnya kondisi perekonomian di Kabupaten Tanah Datar, perekonomian Nagari Rambatan juga menunjukkan pertumbuhan positif, walapun masih jauh dari harapan dalam perbaikan (*recovery*) ekonomi yang sesungguhnya.

Pemerintahan Nagari Ramabatan senantiasa tetap berusaha untuk mengarahkan kebijakan pembangunan ekonomi, melalui ekonomi rumah tangga, dan lain sebagainya mewujudkan pembangunan yang kukuh bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Kondisi tersebut akan dicapai melalui pemberdayaan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi yang ada terutama usaha kecil, menengah, dan koperasi. Sampai saat ini di Nagari Ramabatan terdapat berbagai potensi sektor perekonomian daerah yaitu terutama sektor industri batu bata yang memang sangat berperan. Selain itu, sektor lain yang cukup menjanjikan dan belum dikelola secara optimal adalah UKM.

a) Bidang UMKM dan Perindustrian

Table 4.3
Perkembangan Industri Ramabatan Tahun 2016-2020

No.	Jumlah Industri	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Industri Rumah Tangga	37	37	37	37	48
2.	Industri kecil	40	46	46	46	46
3.	Industri dari kayu	13	13	13	13	14
4.	Gilingan padi	12	13	13	13	13
5.	Bengkel	15	17	19	20	20

Sumber: Data Base Nagari Ramabatan, 2020

g. Topografi dan penggunaan lahan

Topografi Nagari Ramabatan berbukit-bukit dan bergelombang, beriklim tropis dan memiliki Kawasan hutan. Luas lahan di Nagari Ramabatan sebagian besar terdiri dari Kawasan hutan lebih kurang 10%. Bila dilihat dari komposisi penggunaannya, lahan di Nagari Ramabatan lebih banyak diperuntukkan untuk sector pertanian seperti sawah, perkebunan sebagaimana table berikut:

Table 4.4
Luas lahan menurut Penggunaan di Nagari Rambatan

No.	Penggunaan Lahan	Luas Area (Ha)	Persentase (100%)
1.	Pemukiman	100 Ha	7,9671%
2.	Sawah	306 Ha	24,363%
3.	Tanah Kering	210 Ha	16,7197%
4.	Kebun Campuran atau sejenis	313 Ha	24,9203%
5.	Hutan	190 Ha	15,1273%
6.	Lainnya	137 Ha	10,9076%
Jumlah		1.256 Ha	100,00%

Sumber: Data Base Nagari Rambatan, 2020

2. Gambaran Umum Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh

a. Sejarah Singkat Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh

Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh ini adalah usaha Industri rumahan yang memiliki prospek dan potensi yang cerah. Hal ini dibuktikan oleh batu bata Jaya Ladang Laweh yang sukses menjadi produsen batu bata ke luar batusangkar. Usaha batu bata ini sudah berdiri sejak tahun 1997 yang didirikan oleh Bapak Edy Candra. Modal awal usaha industri batu bata Jaya Ladang Laweh ini sebesar Rp. 5.000.000 (lima juta rupiah) yang mana modal ini merupakan modal sendiri tanpa campur tangan orang lain.

Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh ini masih menggunakan Teknik bidang yang sederhana yakni, pengkalian, rancah atau lenyah, cetak, banting, dan pembakaran. Yang mana tiap-tiap bidang mempunyai karyawan yang berjumlah 1 orang. Jadi jumlah karyawan di Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh ini berjumlah 5 orang.

b. Tempat Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh

Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh mulai dari berdirinya industri sampai saat sekarang ini bertempat di Jorong Rambatan Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar.

c. Visi dan Misi

1) Visi

“Menjadi best leader produsen”

2) Misi

“Menjalin kerjasama dan kemitraan dengan berbagai pihak yang membutuhkan tanpa membedakan golongan ataupun tingkatan dan memberikan pelayanan yang baik”

d. Profil Industri Batu Bata

Nama Industri : Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh

Pemilik Industri : Edy Chandra

Alamat : Jorong Rambatan Nagari Rambatan kecamatan
Rambatan Kabupaten Tanah Datar

e. Proses industri

Dalam proses pembuatan batu bata ini terdapat beberapa tahap, yakni sebagai berikut:

1) Pemilihan bahan

Bahan baku batu bata adalah tanah liat. Tanah liat yang digunakan yaitu tanah liat yang memiliki kualitas yang bagus yakni tanah liat yang lentur dan tidak mudah hancur. Sebelum dicetak tanah liat tersebut perlu di diamkan selama 3 hari agar butiran kasar menjadi lunak dan liat.

2) Proses pencetakan

Proses pencetakan dimulai dengan mengairi air ke dalam tanah liat dengan secukupnya. Kemudian, jika tanah liat sudah kalis dan sudah bisa di cetak, maka tanah liat tersebut di masukkan kedalam balok cetakan.

3) Proses pengeringan

Batu bata yang masih basah di susun memanjang dan melebar sesuai kapasitas tempat. Setelah disusun batu bata tersebut perlu dijemur agar kering. Proses pengeringan memerlukan waktu 1 hari bila keadaan cuaca panas. Jika cuaca mendung atau hujan, bisa memakan waktu 5 hari atau lebih. Tujuan dikeringkan supaya daya ikatan bahan tanah kuat dan tidak mudah pecah.

4) Proses pembakaran

Setelah batu bata itu sudah benar-benar kering maka batu bata tersebut dibakar selama 2 hari 2 malam. Bahan bakarnya berupa kayu bakar. Proses pembakaran biasanya dilakukan 1 minggu sekali sambil menunggu terkumpulnya batu bata kering. Setelah proses ini selesai, kemudian batu bata ini perlu didinginkan sebelum siap digunakan.

f. Alat-alat yang dibutuhkan untuk pembuatan batu bata

- 1) Cangkul
- 2) Gerobak
- 3) Pencetak batu bata
- 4) Tungku pembakaran
- 5) Kayu bakar
- 6) Sekam

g. Lokasi pengolahan tanah atau lahan tanah liat

- 1) Tempat pencetakan batu bata
- 2) Tempat untuk membakar batu bata
- 3) Tempat penyimpanan batu bata yang sudah jadi

B. Hasil dan Pembahasan

1. Penentuan harga penjualan batu bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kecamatan Rambatan Kabupaten Tanah Datar

Penentuan harga merupakan instrumen yang penting dalam setiap individu yang akan melakukan proses perdagangan. Pengetahuan tentang

penentuan harga oleh sebagian pedagang dalam melakukan bisnis masih banyak yang tidak mengetahuinya, karena sebagian pedagang hanya melakukan penentuan harga dengan berorientasikan pada keuntungan dan kerugian dalam bisnis perdagangannya. Penentuan harga jual yang baik jika produsen mampu menetapkan harga yang tidak mendzalimi dirinya maupun konsumen.

Penentuan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Sehingga mekanisme penentuan harga merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan memperhitungkan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.

Berikut ini akan peneliti sajikan hasil wawancara peneliti mengenai penentuan harga jual batu bata jaya Ladang Laweh dari beberapa informan:

a. Harga ditentukan berdasarkan permintaan dan penawaran

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik batu bata Ladang Laweh bahwasanya menjelang 2 bulan menuju hari lebaran yakni bulan Maret dan bulan April 2021 harga batu bata mengalami kenaikan yang sangat drastis yang berkisaran antara Rp. 700 sampai Rp. 1.000 per unit batu bata, yang mana penjualannya mengalami penurunan dari 70.000 batu bata menjadi 63.050 batu bata perbulannya. Sedangkan pada bulan September 2021 harga per unit batu bata tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis yang berkisaran antara Rp. 500 sampai Rp. 600, yang mana penjualannya mengalami kenaikan dari 60.000 batu bata menjadi 70.000 batu bata (Edy, Wawancara, 08 April 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sistem penentuan harga tersebut dipengaruhi oleh teori permintaan dan teori penawaran. Dimana teori permintaan menjelaskan bahwa semakin

tinggi harga suatu barang maka permintaan akan barang menurun dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka permintaan akan barang meningkat. Dan pada teori penawaran juga menjelaskan bila harga suatu barang meningkat maka produsen akan meningkatkan jumlah barang yang dijualnya dan sebaliknya jika harga turun maka produsen cenderung akan mengurangi jumlah barang yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik batu bata Ladang Laweh pada bulan Februari 2021 terjadinya peningkatan jumlah batu bata yang di produksi berkisaran antara 65.000 batu bata sampai 70.000 batu bata, yang mana pemilik tersebut membuat batu bata yang lebih banyak stoknya dari pada bulan sebelumnya yakni bulan Januari 2021 yang berkisaran hanya saja antara 55.000 batu bata sampai 60.000 batu bata yang di produksinya.

b. Harga ditentukan berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan, bahwasanya biaya-biaya yang akan dikeluarkan seperti biaya pembelian kayu bakar, Kayu bakar yang digunakan untuk 14.000 pembuatan batu bata sebanyak satu mobil L300 yang harganya berkisaran dari Rp. 300.000 sampai Rp. 350.000 dan untuk pembelian sekam atau serbuk gergaji sebanyak 35 karung goni yang harganya berkisaran antara Rp. 250.000 sampai Rp. 300.000. Maka dari itu apabila harga barang baku naik, maka akan mempengaruhi harga jual terhadap batu bata (Wati, 08 April 2022).

c. Harga ditentukan berdasarkan pasar itu sendiri

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik industri batu bata Ladang Laweh bahwasanya sistem penentuan harga jual berdasarkan pasar itu sendiri, salah satunya melihat kondisi cuaca. Apabila kondisi cuaca pada saat pembuatan batu bata mengalami musim hujan, maka tahap pembuatan batu bata tersebut terhambat, seperti pada tahap pengeringan, yang mana pada tahap pengeringan ini

jika musim kemarau akan memakan waktu 2 atau sampai 3 hari saja, akan tetapi jika pada saat musim hujan maka pengeringan batu bata ini akan memakan waktu lebih kurang dari 5 hari sampai 7 hari.

2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Penentuan Harga Penjualan Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar

Dalam penentuan harga jual, tidak semua faktor dijadikan dasar dalam penentuan harga jual, akan tetapi hanya beberapa faktor saja yang perlu dipertimbangkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan, tujuan perusahaan pengawasan pemerintah. Keputusan penentuan harga sebuah perusahaan dipengaruhi dari faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga ditentukan berdasarkan Permintaan dan penawaran

Ahli ekonomi membuat analisis yang sederhana yaitu dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Berdasarkan hasil wawancara pemilik Industri Batu Bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar, bahwa permintaan juga berpengaruh terhadap penentuan harga jual batu bata, dikarenakan semakin rendah harga suatu barang semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Teori Permintaan akan terwujud apabila para penjual akan menyediakan barang-barang yang dibutuhkan pembeli (Wati, Wawancara, 08 April 2022).

Teori penawaran dapat dijelaskan bahwasanya apabila harga suatu barang meningkat, maka produsen akan meningkatkan jumlah barang yang dijualnya dan sebaliknya jika harga turun, maka produsen cenderung akan mengurangi jumlah barang yang dijual.

Berdasarkan hasil dilapangan yang peneliti dapatkan bahwasanya harga batu bata mengalami naik turun. Hal tersebut dikarenakan besar

kecilnya kebutuhan terhadap barang (batu bata), ketika terjadi kenaikan harga, pemilik industri menambah jumlah pembuatan batu batanya. Seperti yang dikatakan oleh ibu Wati bahwasanya bila harga suatu barang meningkat maka produsen akan meningkatkan jumlah barang yang dijualnya dan sebaliknya jika harga turun maka produsen cenderung akan mengurangi jumlah barang yang dijual. (Wati, wawancara, 08 April 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwasanya harga yang berlangsung di Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar sudah sesuai dengan konsep Islam. Dalam konsep Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran dimana permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.

2. Harga ditentukan berdasarkan pengeluaran biaya produksi

Biaya produksi dapat didefinisikan yakni semua pengeluaran yang dilakukan oleh industri untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi. Biaya produksi yang dikeluarkan industri itu seperti biaya eksplisit. Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran industri yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan bahan mentah yang di butuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dilapangan dapat disimpulkan bahwa penentuan harga yang ditetapkan adalah menghitung dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan mengambil keuntungan dari jumlah biaya tersebut. Tujuan menentukan harga adalah untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan dan tidak merusak harga pasaran. Maka dari itu penentuan harga jual harus menghitung terlebih dahulu seberapa banyak biaya yang akan dikeluarkan.

Di dalam Islam keuntungan tidak ditentukan, akan tetapi pengejaran laba maksimum nampaknya terlalu bernaflu dan bertentangan dengan kode moral Islam. Jika dengan ajaran lainnya yang menyatakan kita harus berupaya untuk mencapai kemuliaan akhirat, namun tidak melupakan kemuliaan di dunia. Bagi Al-Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman keselamatan diri dari pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebihan untuk menjadi motivasi pedagang. Namun, bagi Al-Ghazali keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak.

Menurut Ibnu Khaldun laba adalah selisih antara harga jual dengan harga beli yang diperoleh oleh pedagang. Namun, selisih ini tergantung pada hukum permintaan dan penawaran, yang menentukan harga beli melalui gaji dan menentukan harga jual melalui pasar. Pedagang hakikatnya adalah usaha untuk mencetak laba dengan menaikkan modal, dengan cara membeli barang pada harga rendah dan menjualnya pada harga yang tinggi.

Berdasarkan uraian di atas mengenai keuntungan dalam ekonomi Islam maka keuntungan yang didapat oleh industri batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten tanah Datar dimana harga jual batu bata tergolong wajar karena tidak berlebihan bahkan tidak mencapai 50% dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan keuntungan tersebut juga diperoleh dari harga jual yang sama dengan harga di pasaran dan tidak merusak harga pasar. Sudah menjadi hukum pasar, apabila permintaan tinggi harga akan naik. Akan tetapi, untuk harga industri batu bata bersifat fluktuatif. Apabila harga turun, secara otomatis permintaan ikut naik.

Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa sistem penentuan harga jual batu bata yang berlangsung di Nagari Rambatan sudah sesuai. Karena para industri menentukan harganya sesuai dengan pengeluaran, dan mengambil keuntungan yang hanya 20% dan harga tergantung faktor

permintaan dan penawaran. Keuntungan ini tidak merugikan bagi pembeli atau konsumen batu bata dan pedagang juga tidak terdzalimi.

3. Harga berdasarkan harga pasar itu sendiri

Menurut Adam Smith, tokoh pendiri ilmu ekonomi membolehkan harga itu ditentukan oleh pasar itu sendiri, karena pasar terbentuk dengan kekuatan produksi yang dilimpahkan Allah kepada manusia, seperti perubahan cuaca yang mengakibatkan terhambatnya proses terbentuknya bahan baku menjadi bahan siap dijual. Apabila harga ditentukan oleh pasar, maka harga yang adil akan terbentuk dan tidak ada pihak yang dirugikan.

Konsep keadilan menurut ekonomi Islam adalah dilarang melakukan mafsadah, dilarang melakukan transaksi gharar, dilarang melakukan transaksi maisir, dilarang melakukan transaksi riba. Empat hal ini adalah bentuk transaksi yang dilarang dalam Islam. Di dalamnya mengandung kezaliman dan berujung kepada kerugian oleh pihak yang bertransaksi. Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi Islami harus dilakukan pada yang adil sebab adil adalah cerminan dari ajaran Islam. Secara umum harga yang adil ini tidak menimbulkan eksploitasi, tidak adanya penindasan kezaliman, tidak merugikan salah satu pihak yang lain, harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil.

Setelah melakukan wawancara terhadap industri batu bata, peneliti dapat menganalisisnya dalam lima prinsip ekonomi Islam sebagai berikut:

a. Prinsip Ketauhidan

Berdasarkan hasil penelitian peneliti di tiga pemilik industri, prinsip ketauhidan sudah diterapkan yang mana pelaku usaha tidak melanggar aturan Allah yakni Al-Quran dan As-Sunah. Dalam sikap berdagang yang dalam menjalankan aktifitas berdagang tidak melakukan unsur penipuan, karena pemilik batu bata Ladang

Laweh rata-rata sudah mengetahui tentang berdagang secara Islami.

b. Prinsip Keadilan

Dalam konteks transaksi bisnis prinsip keadilan didefinisikan sebagai tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

Berdasarkan Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan, keadilan sudah diterapkan pedagang dalam menentukan harga jual batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan harga yang adil, yang memiliki tujuan keadilan. Dimana antara pemilik dan pembeli sudah memenuhi kesepakatan pada saat terjadinya transaksi jual beli, dan pemilik tidak membeda-bedakan antara pembeli satu dengan yang lainnya, maka saat menentukan harga harus adil dan tidak merugikan di salah satu pihak.

c. Prinsip Pertanggung Jawaban

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, tanggung jawab sudah diterapkan. Dalam sikap pedagang yang bertanggung jawab dalam segala aktifitas jual beli. Ketika terjadi kenaikan harga batu bata, pemilik akan bertanggung jawab atas harga yang akan diberikan kepada pembeli.

d. Prinsip Kejujuran

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, kejujuran sudah diterapkan, yang mana pemilik memberikan harga yang sesuai dengan harga pasaran. Ketika terjadi kenaikan harga batu bata,

pemilik batu bata akan menikkan harga batu bata sesuai dengan biaya yang dikeluarkannya.

5. Prinsip Kerelaan

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, kerelaan sudah diterapkan dalam sikap pedagang dalam melakukan jual beli. Dimana pedagang dan pembeli sudah suka sama suka dengan harga batu bata yang sudah ditetapkan oleh pemilik. Dan tidak ada unsur paksaan dalam tansaksi tersebut. Karena batu bata merupakan salah satu bahan pokok untuk membangun rumah atau merenovasi rumah, sehingga masyarakat tetap membelinya ketika harga sedang mengalami kenaikan sekalipun.

Selanjutnya setelah dianalisa peneliti bahwasanya penentuan harga yang berlangsung di Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar sudah sesuai dengan konsep Islam, karena dari pihak pedagang diuntungkan dan dari pihak pembeli juga tidak dirugikan. Intinya kalau memang para pedagang tersebut rugi atau terdzalimi mereka akan berhenti berdagang batu bata. Tapi kenyataan sekarang mereka masih berdagang walapun harga naik. Hanya saja kenaikan barang membuat keuntungan berkurang. Pedagang batu bata yang sudah adil dalam berdagang ataupun dalam menerapkan harga. Karena tidak membedakan baik kerabat dekat atau keluarga, kepala pasar, maupun pejabat sekalipun. Dan adil disini adalah baik itu pedagang maupun penjual sama-sama tidak dirugikan. Artinya pada industi batu bata yang berada di Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar sudah melakukan penentuan harga sesuai ekonomi Islam.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang analisis penentuan harga Batu bata Jaya Ladang Laweh Nagari Rambatan menurut perspektif ekonomi Islam dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme penentuan harga jual batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar adalah dengan menggunakan metode penentuan berbasis biaya. Harga batu bata dihitung dari biaya-biaya pengeluaran, baik produksi barang, transportasi dan lain sebagainya. Ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan dari hasil itulah harga batu bata dijual. Selain itu terdapat beberapa faktor yaitu faktor cuaca, iklim dan faktor permintaan penawaran.
2. Penentuan harga jual batu bata Ladang Laweh Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar dalam Perspektif Ekonomi Islam sudah sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Sunnah, pada saat pemilik industri menentukan harga dengan pembeli, hal ini mereka tetapkan dengan saling ridha dan tidak saling menzhalimi, harganya sudah adil dan mekanisme penentuan harganya berorientasi pada kesejahteraan. Dan dalam konsep Islam bahwa penentuan harga harus dilakukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, para pedagang hanya mengambil beberapa keuntungan. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa Islam tidak melarang berapapun keuntungan yang di dapat, tetapi jangan sampai terlalu bernafsu mengambil keuntungan, sehingga dapat merugikan atau memberatkan pihak pembeli.

B. Saran

Melalui penelitian tentang analisis mekanisme penentuan harga Batu Bata Ladang Laweh Nagari Rambatan menurut perspektif ekonomi Islam ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada industri untuk tetap mengedepankan mekanisme dalam transaksi jual beli yang sesuai dengan ekonomi Islam.
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk tetap membantu menstabilkan harga batu bata dan membuat lembaga yang menaungi atau berwenang

dalam masalah harga batu bata tersebut sehingga tidak lagi timbul kecurangan dalam proses penentuan harga batu bata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesy, F. (2016). *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Adiwarman, A. K. (2008). *Ekonomi Mikro Islam, Edisi 3*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ameh, M. (2016). *Monografi Adat Revitalisasi dan Rekyalisasi Budaya Lokal Nagari Rambatan*. Batusangkar.
- Anggito, A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Fauziah. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqhasid Al-Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Hakim. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Hilal, S. (2014). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam. ASAS IAIN Raden Intan Lampung*.
- I, P. (2000). *Pengantar Ilmu Mikro dan Makro*. Jakarta : Cetakan Pertama.
- Idri. (2015). *Hadits Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Karim, A. A. (2008). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- (2010). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Cet. 3.
- Karim, A. A. (2012). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Kasali, R. (2010). *Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata I*. Jakarta: PT Mizan Publika Cetakan I.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Ed I.
- Kendro, P., & Taufik, T. (2018). *Mekanisme Pasar Dan Penentuan Harga Dalam Perekonomian Islam. Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Kolter, & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Muhammad. (2007). *Bisnis Syariah Perspektif Mualamah dan Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan.

- Nasution, A. (2019, Januari). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen. *Warta*, 7.
- Nuryadin, M. (2007). Harga Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ekonomi Islam: Mazahib, Vol. IV No. 1*.
- P3EI. (2015). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Parakkasi, I., & Kamiruddin. (2018). Analisis Harga dan MEkanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Putong, I. (2000). *Pengantar Ilmu Makro dan Mikro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rambat, & Hamdani. (2008). *Ekonomi Manajerial*. Bandung: Remaja Rodakarya.
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi Islam, Cet 2*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sucipto, A. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki .
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.
- (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, T. (2001). *Ekonomi Manajerial Aplikasi Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Erlangga.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta.
- Tantri, F. (2016). *Pengantar Bisnis* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Yunia, F. I., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Perspektif Muqashid Al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana.