

**Sistem Perdagangan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Islam di Optik Sahabat
Kelurahan Gunung Ibul Kecamatan Prabumulih Timur Kota Prabumulih Provinsi
Sumatera Selatan**

¹ **Susiani**

Universitas Islam An Nur Lampung

Keywords:

Islamic Economic, pricing, Service

***Correspondence Address:**

desiputricantik8@gmail.com

Abstract: This research was motivated by the fact that the price setting at a friend's optical business did not fully implement Sharia economic principles. The aim of this research is to find out the mechanism for determining selling prices and services at Friends Optical and the basic Islamic Economic thinking regarding the determination of selling prices and services at Friends Optical, Gunung Ibul Village, East Prabumulih District, Prabumulih City, South Sumatra Province. This research was conducted at Optik Sahabat, Gunung Ibul Village, East Prabumulih District, Prabumulih City, South Sumatra Province. The subjects of this research are the Friends of Optical Business actors, while the object of this research is the mechanism for determining selling prices and services at Friends Optical. (Data collection techniques use observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is descriptive qualitative. The results of the research show that the pricing mechanism is based on fairness, pricing at Friends Optical is not in accordance with Islamic economic principles because the prices set are not in accordance with those set promoted.

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia sehari-hari tidak dapat lepas dari aktivitas untuk mempertukarkan sesuatu demi mencukupi kebutuhan kehidupannya. Manusia mempunyai banyak sekali kebutuhan, keperluan dan keinginan yang kesemuanya itu menghendaki pemenuhan. Mereka membutuhkan makan, pakaian, ilmu dan pelayanan kehormatan dan sejuta kebutuhan yang lainnya. Secara garis besar, kebutuhan manusia itu dikelompokkan kedalam dua kelompok besar, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan (Rosyid, 2006).

Perdagangan merupakan kegiatan yang dianjurkan secara aktif oleh ajaran Islam. Selain itu, sembilan dari sepuluh mata pencaharian nabi dilakukan melalui pintu transaksi. Ini berarti bahwa pintu menuju mata pencaharian akan terbuka melalui perdagangan ini, dari mana karunia-karunia Allah akan memancar (Mazidah, 2021).

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan. Dalam ekonomi Islam bisnis merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membedakan pangkat atau status jabatan seseorang. Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya (Khali, 2010).

Dalam Islam, perdagangan harus dilakukan dengan benar, dan menurut

prinsip ekonomi Syariah, Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang salah, merugikan orang lain, dan menerapkan keadilan dan kejujuran pada semua kegiatan ekonomi. Optik Sahabat Kelurahan Gunung Ibul adalah perusahaan perseorangan di mana Anda dapat Mengecek dan membeli kacamata sesuai besar minus atau plus mata anda .

Dalam persaingan usaha yang semakin diprivatisasi, para pelaku usaha seringkali mendapati bahwa cara-cara yang digunakan tidak sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya. Menurut Ibnu Taimiyah, konsep harga wajar adalah harga dari nilai barang yang dibayarkan kepada sasaran yang sama pada waktu dan tempat penyerahan barang. Definisi yang disukai dari Ibn Taymiyyah adalah definisi yang tidak dirugikan atau merugikan orang lain, Dengan harga yang wajar, kedua belah pihak menerima kepuasan masing-masing dan tidak ada yang terluka (Mazidah, 2021). Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral, dan 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 Syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi (Rivai & Buchari, 2009).

Namun pada kenyataannya dan berdasarkan penelitian sementara, tempat optik pemeriksaan dan pembelian kacamata mekanisme penetapan harga yang digunakannya belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi

syariah, dimana dalam prakteknya optik sahabat melakukan ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harganya, yaitu seperti contohnya untuk semua harga kacamata saat mempromosikan dengan harga 250 beserta dengan lensanya, akan tetapi setelah pelanggan datang ke optik dan sudah melakukan pemeriksaan mata harga kacamata berbeda-beda sesuai dengan minus atau plusnya. Penetapan-penetapan harga tersebut ada yang disepakati antara pelaku dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan pelaku langsung memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/ pelanggan. Penerapan harga tersebut mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini berjudul “Sistem Perdagangan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Islam di Optik Sahabat Kelurahan Gunung Ibul Kecamatan Prabumulih Timur Kota Prabumulih Provinsi Sumatera Selatan”.

KERANGKA TEORITIK

Sistem Perdagangan Harga Jual dan Jasa

Pengertian Harga

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang.

Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut (Rozalinda, 2014).

Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran, tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat, pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran (Philip Kotler, 2001).

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran (Soemarsono, 1990).

Harga adalah unsur penting dalam menentukan pendapatan perusahaan, karena pendapatan perusahaan atau total revenue (TR) adalah hasil kali dari harga (p) dengan kuantitas yang terjual, tinggi rendahnya harga akan mempengaruhi jumlah dengan barang yang dijual dengan demikian berapa pentingnya membuat kebijakan harga (J, 2001).

Langkah Menentukan Harga

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam

manajemen pemasaran. Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memposisikan sebuah produk. Di lain pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan. Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang suatu kontrak kerja baru. Perusahaan harus memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga (Setyaningrum, 2001).

1. Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan
2. penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
3. Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan

oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan (Soemarsono, 1990).

Sistem Perdagangan Harga Jual dan Jasa dalam Islam

Pengertian Ekonomi Islam

ekonomi islam menurut istilah (terminologi) terdapat pengertian beberapa ahli ekonomi Islam yaitu ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Monzer Kahf memberikan pengertian ekonomi Islam dengan kajian tentang proses dengan penanggulangan kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi dan konsumsi dalam masyarakat muslim.

Selain itu masih banyak para ahli yang memberikan definisi tentang apa itu ekonomi Islam. Sehingga ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga maqasid syariah (Agama, jiwa, akal, nasub dan harta).

Ekonomi Islam Bersifat Rabbaniyah

ekonomi Islam adalah ekonomi Rabbaniyah (ketuhanan), karena titik berangkatnya dari Allah, tujuannya mencari ridha Allah dan cara-caranya tidak bertentangan dengan syariat-Nya. sesungguhnya semua aktivitas ekonomi manusia pada hakekatnya adalah pelaksanaan dari ketundukannya pada perintah Allah dan usaha untuk ber-taqarrub (mendekatkan diri) pada Allah. Kedua, ekonomi dalam pandangan Islam, bukanlah tujuan. Tetapi merupakan kebutuhan bagi manusia dan sarana yang lazim agar bisa hidup dan bekerja untuk mencapai tujuannya yang tinggi. Ekonomi merupakan sarana penunjang baginya dan menjadi

pelayan bagi aqidah dan risalahnya. Aqidah adalah suatu sistem Islam.

sifat ekonomi Islam yang Rabbani adalah pengawasan internal atau hati nurani, yang ditumbuhkan oleh iman di dalam hati seseorang muslim, dan menjadikan pengawas bagi dirinya. Adanya konsep perwakilan (istikhlaf) dalam harta Allah. Sesungguhnya seluruh harta baik yang ada di langit dan di bumi, ada pada manusia maupun alam adalah kepunyaan Allah SWT (Beik, 2016).

Prinsip Pembangunan Ekonomi Islam

Ketika Islam menawarkan konsep pembangunannya yang berdasarkan Al-Quran dan Sunnah, maka alasan pertama munculnya konsep ekonomi pembangunan ini adalah didasari adanya kebutuhan akan suatu konsep alternatif yang layak diterapkan bagi pembangunan negara-negara muslim. Islam sangat memperhatikan masalah pembangunan ekonomi, namun tetap menempatkannya pada persoalan pembangunan yang lebih besar, yaitu pembangunan umat manusia. Fungsi utama Islam adalah membimbing manusia pada jalur yang benar dan arah yang tepat. Semua aspek yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi harus menyatu dengan pembangunan umat manusia secara keseluruhan (At-Tariq, 2004).

Dr. Abdullah Abdul Husein At-Tariqy mengungkapkan, "Banyak ahli ekonomi Islam dan para fuqaha yang memberikan perhatian terhadap persoalan pertumbuhan ekonomi. Menurutnya, pertumbuhan ekonomi bukan hanya aktivitas produksi material saja. Lebih dari itu, pertumbuhan ekonomi merupakan aktivitas menyeluruh dalam bidang produksi yang terkait erat dengan keadilan

distribusi.

Sistem Perdagangan Harga Jual dan Jasa dalam Islam

Dalam Fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu As-saman dan As-sir. As-saman adalah patokan harga suatu barang, sedangkan As-sir adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama Fiqh membagi As-sir menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan at-ts'ir al-jabbari (Utomo, 2001).

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya

adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil (*Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*, 2011).

Labanya adalah selisih lebih dari hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikan sebagai selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan yakni harga barang yang dijual dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi. Majelis Ulama Fiqh yang terkait dalam Organisasi Konferensi Islam (OKI) dalam pertemuan kelima di Kuwait dari tanggal 1-6 Jumadil ula 1409H, (bertepatan dengan 10-15 Desember 1988M) telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat ketetapan sebagai berikut:

1. Hukum adalah hal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syari'ah adalah membiarkan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoprasikan harta benda mereka dalam bingkai syari'ah islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah didalamnya.
2. Terdapat banyak dalil didalam ajaran islam yang mewajibkan segala mu'amalah bebas dari hal-hal yang haram, seperti penipuan, kecurangan, manipulasi, memanfaatkan ketidaktahuan, orang lain, memanipulasi keuntungan

(memonopoli penjualan), yang kesemuanya adalah mudharat bagi masyarakat umum maupun kalangan bebas

3. Tidak ada standarisasi dalam pengambilan keuntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan berbagai transaksi jual beli mereka. Hal itu dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi pedagang dan kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyari'atkan dalam islam, seperti sikap santun, qona'ah, toleransi dan memudahkan.
4. Pemerintah tidak boleh ikut campur dalam menentukan standar harga, kecuali kalau melihat adanya ketidakbenaran dipasar dan ketidakbenaran harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat. Dalam kondisi demikian, pemerintah boleh turut campur dengan berbagai sarana yang memungkinkan untuk mengatasi berbagai faktor dan sebab ketidakberesan dan kenaikan harga (Karim, 2004).

5.

Dasar Hukum Islam

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam. Ekonomi Islam itu sendiri memiliki beberapa sumber, yaitu:

1. Al-Qur'an, Al-Qur'an adalah sumber pokok bagi pandangan Islam. Al-Qur'an merupakan Kalam Ilahi yang bersifat abadi yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW (An-nabahan, 2002). Al-Qur'an adalah sumber utama pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan

segala aspek kehidupan. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S an-nisa ayat 29, Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Menurut Hasan dan Ibnu Abbas, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian. Termasuk juga dalam jalan batil ini segala jual beli yang dilarang syara', yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling "berkeridhaan" (suka sama suka) di antaramu, yakni dari kedua pihak. Sudah tentu perniagaan yang diperbolehkan oleh syara'(Binjai, 2006).

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2) ayat 279 yang artinya "maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya"

2. Hadist, Menurut Ibnu Tamiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT. Sebagaimana dalam hadis Anas yang diriwayatkan oleh Abu Daud. Yang artinya "Orang-orang mengatakan, "Wahai Rasulullah harga telah mahal, maka patoklah harga untuk kami."

Bersabda Rasulullah Saw "sesungguhnya Allahlah yang mematok harga, Dia yang menyempitkan rezki dan sesungguhnya melapangkan rezki, dan sesungguhnya saya mengharapkan bertemu Allah dalam kondisi tidak seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena sesuatu tindak kedzaliman berkenaan dengan darah dan harta"(Qardawi,2004).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisa data deskriptif, metode analisa data deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subyek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya.(Sudaryoni, 2018).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbagai metode penelitian yang ada berdasarkan metode pengumpulan dan analisis data terkait yang diperoleh, dengan tujuan menganalisis fenomena yang terjadi dalam metode penelitian kualitatif yang memanfaatkan lingkungan alam dalam situasi alami. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah dengan pendekatan normatif. Dengan kata lain, data yang dikumpulkan terkait dengan ketentuan prinsip ekonomi Islam. Diskusi selalu didasarkan pada prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam: Al-Qur'an dan Hadits, dan pendapat para ulama. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasional, wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

persaingan usaha yang semakin diprivatisasi, para pelaku usaha seringkali mendapati bahwa cara-cara yang digunakan tidak sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya. Menurut Ibnu Taimiyah, konsep harga wajar adalah harga dari nilai barang yang dibayarkan kepada sasaran yang sama pada waktu dan tempat penyerahan barang. Definisi yang disukai dari Ibn Taymiyyah adalah definisi yang tidak dirugikan atau merugikan orang lain, Dengan harga yang wajar, kedua belah pihak menerima kepuasan masing-masing dan tidak ada yang terluka (Mazidah, 2021). Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik optik berinisial AB tentang mekanisme yang peneliti tentukan harga jual dan pelayanan di optik menawarkan jasa pemeriksaan gratis bagi pelanggan optik dan juga menyediakan berbagai macam kacamata yang di butuhkan pelanggan dengan variasi harga yang sudah ditentukan masing-masing sesuai dengan plus minusnya pelanggan.

Dalam menentukan harga jual dan jasa optik sahabat ditentukan berdasarkan jumlah modal yang dikeluarkan dan bahkan jika melihat harga pasar yang ada, kesulitan pekerjaan itu sendiri / Periksa tingkat risikonya. Alasan pemilik optik saat mempromosikan kacamata yang berharga 250 agar bisa menarik pelanggan untuk membeli dan berkunjung keoptik sahabat. Tentu saja pelanggan yang sudah berkunjung akan merasa malu apabila sudah melakukan pemeriksaan mata tetapi tidak membeli produk di optik. Hal ini tentu sesuai yang dikatakan oleh (Soemarsono, 1990) dengan Harga menjadi sesuatu yang sangat penting,

artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.

Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Optik Sahabat

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.

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. Dalam jual beli, hanya dengan itikad baik, perusahaan dapat memperoleh nilai dan keuntungan. Jika pembeli dan penjual menipu atau menyembunyikan apa yang harus dikatakan, tidak akan ada nilai atau keuntungan. Islam sangat mementingkan kejujuran dan melarang pengkhianatan. Oleh karena itu, umat Islam yang menjadi pelaku komersial harus mematuhi janji dan perintahnya. Dilarang mengkhianati siapa pun, terutama mitra bisnis, termasuk pelanggan atau konsumen. Islam juga melarang manusia untuk berbohong, termasuk berbohong dalam berbisnis. Jika kita melihat segala macam kebohongan dalam praktik bisnis kita sehari-hari, maka peringatan ini sangat populer. Ketika kondisi pasar tidak dapat menjamin keuntungan bagi salah satu pihak, maka perlu ditetapkan harga. Pemerintah harus mengatur harga. Misalnya, jika harga naik di atas batas kemampuan masyarakat, pemerintah akan menyelenggarakan operasi pasar. Jika harga turun menyebabkan kerugian bagi produsen, pemerintah akan meningkatkan pembelian produk dari produsen di pasar.

Namun pada kenyataannya dan berdasarkan penelitian sementara, tempat optik pemeriksaan dan pembelian kacamata mekanisme penetapan harga yang digunakannya belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dimana dalam prakteknya optik sahabat melakukan ketidakjelasan dalam

mekanisme penetapan harganya, yaitu seperti contohnya untuk semua harga kacamata saat mempromosikan dengan harga 250 beserta dengan lensanya, akan tetapi setelah pelanggan datang ke optik dan sudah melakukan pemeriksaan mata harga kacamata berbeda-beda sesuai dengan minus atau plusnya. Penetapan-penetapan harga tersebut ada yang disepakati antara pelaku dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan pelaku langsung memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/pelanggan. Penerapan harga tersebut mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya. Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral, dan 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 Syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa Mekanisme harga jual dan jasa di Optik sahabat menerapkan metode penjualan dengan mempromosikan barang dengan harga yang murah.

mekanisme penetapan harga dengan berbasis keadilan, penetapan harga di optik sahabat belum disesuaikan dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan yang di promosikan.

REFERENCES

- An-nabahan, M. F. (2002). *Sistem Ekonomi Islam*. UI Press.
- At-Tariq, A. A. H. (2004). *Ekonomi Islam*. Magistra Insania Press.
- Beik, I. S. (2016). *Ekonomi Pembangunan Syariah*. PT. Grafindo Persada.
- Binjai, A. H. H. (2006). *Tafsir Al-Ahkam, Edisi 1 Cet 1*. kencana.
- Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*. (2011). PT. Grafindo Persada.
- J, T. (2001). *Pemasaran dan pasar* (Cetakan 1). Gema Insani Press.
- Karim, A. (2004). *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*. Darul Haq.
- Khali, J. (2010). *Jihad Ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Mazidah, N. R. (2021). ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DAN JASA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Foto Copy dan Percetakan Ar-Rayyan Desa ...Mazidah. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 915–920. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.236>
- Philip Kotler, G. A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Qardawi, Y. (2004). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*. Rabbani Pers.
- Rivai, V., & BucharI, A. (2009). *Islamic Economic*. Bumi Aksara.
- Rosyid, S. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. PT. Grafindo Persada.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Setyaningrum, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Wali Pers.
- Soemarsono. (1990). *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*. Rieneka Cipta.
- Sudaryoni, D. (2018). *Metode Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan mix method*. Rajawali pers.
- Utomo, S. B. (2001). *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Gema Insani.

