

# Analisis *Fikih Muamalah* terhadap Kebijakan Penetapan Harga Buah di Rumah Buah Cabang Sukajadi dan Pasar Sederhana Kota Bandung

Dita Haditama, Asep Ramdan Hidayat, Arif Rijal Anshori  
Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia  
ditahaditama@gmail.com

**Abstract**—Determination of the selling price of goods is basically determined by the seller. In this case, there is a difference in price if the fruit packaging unit is equal to per Kilogram between Sukajadi Fruit House and the Simple Market of the City of Bandung, which has a 10-20% margin. The difference in the selling price of fruit between Sukajadi Fruit House and Fruit traders in the Simple Market in Bandung City is certainly based on the methods used in determining the price margins of each party. The research method used was descriptive analysis with a type of qualitative research to analyze the pricing policy of fruit in the Sukajadi Branch of Fruit Houses and the Bandung Simple Market according to muamalah fiqh provisions. The results of this study are the determination of prices in the market for a production according to the principle of fiqh muamalah, a very influential factor is demand and supply. Sukajadi Fruit House determines the selling price of fruit based on several factors consisting of factors in the stock of goods, competitors and services provided, while the fruit traders in the simple market in the city of Bandung determine the selling price of fruit with consideration of each individual trader subjectively in determining price.

**Keywords**—Buy and sell, price, and muamalah fiqh.

**Abstrak**—Penentuan harga jual barang pada dasarnya ditentukan oleh pihak si penjual. Dalam hal ini, terdapat perbedaan harga jika disetarakan satuan kemasan buah-buahan menjadi per Kilogram antara Rumah Buah Sukajadi dengan Pasar Sederhana Kota Bandung memiliki selisih sekitar 10-20%. Adanya perbedaan harga jual buah antara Rumah Buah Sukajadi dengan pedagang Buah di Pasar Sederhana Kota Bandung tentu didasarkan pada cara-cara yang digunakan dalam penentuan margin harga dari masing-masing pihak. Metode penelitian yang digunakan penelitian adalah analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif untuk menganalisa kebijakan penetapan harga buah di Rumah Buah Cabang Sukajadi dan Pasar Sederhana Kota Bandung menurut ketentuan fikih muamalah. Hasil penelitian ini adalah penentuan harga di pasar atas sebuah produksi menurut prinsip fikih muamalah faktor yang sangat berpengaruh adalah permintaan dan penawaran. Rumah Buah Sukajadi melakukan penentuan harga jual buah dengan didasari pada beberapa faktor yang terdiri dari faktor stok barang, pesaing dan pelayanan yang diberikan, sedangkan Para pedagang buah di Pasar sederhana Kota Bandung menentukan harga jual buah dengan pertimbangan masing-masing individu pedagang secara subjektif dalam menetapkan harga.

**Kata Kunci**—Jual beli, Harga, dan Fikih Muamalah.

## I. PENDAHULUAN

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang berkodrat hidup dalam masyarakat. Disadari atau tidak untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, manusia selalu berhubungan satu sama lain. Dalam perannya sebagai makhluk sosial ini, manusia pasti saling membutuhkan satu sama lain dalam berbagai aspek kehidupan untuk memenuhi kebutuhan. Pada dasarnya Fikih Muamalah tidak menentukan secara baku berapa persen keuntungan atau laba dalam akad jual beli. Pihak penjual dapat *me-mark up* berapa pun harga jual dari produknya selama tidak melanggar prinsip *antaradhin* dan terhindar dari unsur penipuan.

## II. LANDASAN TEORI

*Fintech* berasal dari istilah *Fintech* berasal dari istilah financial technology atau teknologi finansial. Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC), diDublin, Irlandia, mendefinisikan *Fintech* sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan *Fintech*” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *Fintech* ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan pembandingan produk keuangan. Saat ini terdapat 142 perusahaan yang bergerak dibidang *Fintech* yang teridentifikasi.

Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. keuangan. Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi di bidang layanan jasa keuangan. Kesesuaian syariah tentang *Fintech* di tinjau dari beberapa aspek yaitu

transaksi harus menjelaskan keteentuan bagi hasil sesuai syariah, transaksi digital ini diketahui dan disepakati(bukti bisa dipertanggungjawabkan), obyek akadnya (usahanya) bukan yang haram secara *līdzatihi* atau *lighairihi*, terjadi perpindahan kepemilikan, ada ijab qabul, ada pengawas syariah, akad antara investor dan mitra dan pelaku usaha adalah musyarakah atau mudharabah, berdasar perundang-undangan yang berlaku, ada perlindungan konsumen.

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Menurut Islam pelayanan mempunyai nilai-nilai yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

#### A. Profesional (*Fathanaah*)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme digambarkan dalam surat Al-Isra ayat 84 :

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ

سَبِيلًا

Artinya: “Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Allah SWT lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya”.

#### B. Kesopanan dan Keramahan dalam komunikasi (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur’an surat Thaha: 44:

فَقُولَا لَهُ، قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

#### C. Jujur (*Sidik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.

#### D. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ

بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian analisa, maka dapat disimpulkan bahwa penentuan harga di pasar atas sebuah produksi menurut prinsip fikih muamalah faktor yang sangat berpengaruh adalah permintaan dan penawaran. Dengan kata lain, pada prinsip fikih muamalah, kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya penurunan penawaran atau kenaikan permintaan akan menyebabkan penurunan harga. Penurunan harga yang sangat drastis akan merugikan pengrajin dan pedagang serta mendorong mereka keluar dari pasar, sedangkan kenaikan harga yang drastis akan menyusahkan konsumen. Harga damai dalam kasus seperti ini sangat diharapkan oleh kedua belah pihak, karena ia tidak saja memungkinkan para pedagang mendapatkan tingkat pengembalian yang ditolerir oleh pasar dan juga mampu menciptakan kegairahan pasar dengan meningkatkan penjualan untuk memperoleh tingkat keuntungan dan kemakmuran tertentu. Akan tetapi, harga yang rendah dibutuhkan pula, karena memberikan kelapangan bagi kaum miskin yang menjadi mayoritas dalam sebuah populasi. Sehubungan dengan penetapan besarnya keuntungan yang dilakukan oleh Rumah Buah Sukajadi, dalam Agama Islam tidak ada dalil yang pasti berapa besarnya penetapan margin/keuntungan. Kalaupun misalnya Rumah Buah Sukajadi menetapkan margin keuntungan lebih besar daripada pedagang buah di pasar tradisional atau perusahaan pesaing, maka dampaknya akan terlihat pada penurunan *market share* atau volume penjualannya dikarenakan tidak kompetitif dalam besaran margin keuntungannya.

### IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisa pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penentuan harga di pasar atas sebuah produksi menurut prinsip fikih muamalah faktor yang sangat berpengaruh adalah permintaan dan penawaran. Pada prinsip fikih muamalah, kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya penurunan penawaran atau kenaikan permintaan akan menyebabkan penurunan harga.
2. Mekanisme penentuan harga jual buah yang dilakukan manajemen Rumah Buah Sukajadi dan

para pedagang buah di Pasar Sederhana Kota Bandung berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- Rumah Buah Sukajadi melakukan penentuan harga jual buah dengan didasari pada beberapa variable atau faktor yang terdiri dari faktor stok barang, pesaing dan pelayanan yang diberikan. Mekanisme penentuan harga buah di Rumah Buah Sukajadi selain dengan pertimbangan harga beli, juga dengan cara melihat harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya sehingga para konsumen dapat langsung membandingkan antara harga dengan mutu dari produk yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan tersebut,
  - Para pedagang buah di Pasar sederhana Kota Bandung menentukan harga jual buah bukan dengan berdasarkan harga pasar, melainkan pertimbangan masing-masing individu pedagang dalam menetapkan harga. Namun kisaran harga yang ditetapkan tidak jauh berbeda dengan pedagang lainnya. Kalau pun terdapat perbedaan harga suatu barang tersebut hanyalah sedikit. Dalam hal ini, Pedagang buah di Pasar Sederhana Kota Bandung dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan operasionalnya ditambah keuntungan. Selain pertimbangan modal, penetapan harga buah yang dilakukan oleh pedagang buah di Pasar Sederhana Kota Bandung juga melihat dari kualitas buah.
3. Kebijakan penentuan harga jual buah di Rumah Buah Sukajadi dan kebijakan penentuan harga buah oleh para pedagang buah di Pasar Sederhana Kota Bandung secara umum telah sesuai dengan nilai-nilai dan ketentuan fikih mumalamah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Dzajuli, 2002. *Kaidah-Kaidah Fikih*, Jakarta : CV Bulan Bintang.
- [2] A.W Munawir, 1997. *Kamus Arab-Indonesia*, Surabaya : Pustaka Progressif.
- [3] Abdul Wadud Nafis, 2011. *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta : Mitra Abadi Press.
- [4] Abu Dawud, 2009. *Sunan Abu Daud Kitab Buyu'* Hadits No.566, (Alih Bahasa, Muhammad Ridwan Al Albani) Jakarta : Pustaka Al Kautsar.
- [5] Ahmad bin 'Abdurrazaq ad-Duwaisy, 2005. *Fatwa-Fatwa Jual-Beli*, Jakarta : Pustaka Azzam.
- [6] Ahmad Idris, 1986. *Fikih al-Syafi'iyah*. Jakarta : Karya Indah.
- [7] Al-Bukhari, t.th. *Shahih Bukhari Kitab Buyu* Hadits No.1937, Beirut : Darul Fiqri.
- [8] Alma, Bukhari. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung : CV. Alfabeta.
- [9] Ash-Shiddiqie, Hasbi, 1984. *Pengantar Fikih Muamalah*, Jakarta : Bulan Bintang.
- [10] Depag RI, 2010. *Al Quran dan Terjemahan*, Jakarta : Pustaka Al

Kautsar.

- [11] Departemen Pendidikan Nasional, 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka.
- [12] Depdibud, 2001 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Dept. Pendidikan dan Budaya.
- [13] Dimyauddin Djuwaini, 2002. *Fikih Muamalah*, Jakarta : Balai Pustaka.
- [14] Disan Narundhana, 2015. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Pemotoangan sari di Rumah Potong Hewan (RPH) Pemerintah Kota Bandung*, Bandung : Jurnal Fakultas Pertanian UNPAD.
- [15] Ghufron A. Mas'adi, 2000. *Pengantar Fikih Muamalah*, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- [16] Hasbi Ash-Shiddiqie, 1984, "Pengantar Fikih Muamalah, Jakarta : Bulan Bintang.
- [17] Haroen Nasrun. 2000. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama.
- [18] Hendi Suhendi, 2006. *Fikih Muamalah*, Bandung : Al Ma'arif.
- [19] Hudhari Beik, 1999. *Fikih Muamalah*, Kairo : Darul Ulum.
- [20] Ibn 'AbdurrazaqAd-Duwaisy, 2004. *Fatwa-Fatwa Jual Beli/Edisi Indonesia*, Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi'i.
- [21] Ibnu Rusyd, 2007. *Bidayatul Mujtahid Vol.II*, Jakarta : Pustaka Azzam, Jakarta.
- [22] Ibnu Taimiyah, 2007. *Majmul Fatwa II*, (Alih bahasa oleh Muhammad Idrus), Jakarta : Pustaka Azzam.
- [23] Ilfi Nur Dian. 2010. *Hadits-hadits Ekonomi*. Malang : UIN Maliki PRESS.
- [24] J.S Badudu, 1986. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka.