



Food Pricing at the Prospective Point of View Syariah's Economic Law

Husnul hidayat

Universitas Islam Negeri Mataram

*Correspondence: husnul@uinmataram.ac.id

ABSTRACT

This study examines how the price adjustment in Labuhan Haji coastal tourist destinations to market conditions. At this location, the charges charged at the tourist sites are higher than the current market prices. Labuhan Haji tourism sets different rates for tourists from outside the area, who have to pay higher than the locals. In this research, the method used is a qualitative method with the type of case study research, and using an empirical approach. Data is collected through observations, interviews, and documentation. Data analysis uses reduction, presentation, and inference on the data collected. Research results show that there is a difference in prices for tourists and local visitors. First, prices are determined by the policies of each trader, who take advantage according to their personal policies. With prices higher than the market price, some buyers feel compelled to buy. Second, in principle, sales should be based on mutual agreement without coercion, and should be done openly and transparently about prices, without discriminating visitor.

Keyword: Sale Buy; Pricing; Perspective of Sharia Economic Law

This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Manusia memiliki fitrah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara lahiriah maupun batiniah. Kebutuhan lahiriah ini mencakup terpenuhinya kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, dan papan. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan-kebutuhan ini juga mengalami peningkatan dan diversifikasi. Untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, manusia terdorong untuk mengumpulkan harta sebanyak mungkin karena harta memiliki peran yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup, baik yang bersifat lahir maupun batin. Harta memungkinkan seseorang untuk membeli pakaian yang layak (sandang), memperoleh makanan yang bergizi (pangan), serta memiliki tempat tinggal yang nyaman (papan) (Salsabilla & Kinanty, 2023). Selain itu, harta juga memungkinkan individu untuk memenuhi kebutuhan batiniahnya, seperti pendidikan, kesehatan, hiburan, dan kebutuhan spiritual lainnya. Dengan demikian, upaya untuk mengumpulkan harta sering kali dipandang sebagai langkah penting dalam mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup. Namun, dalam upaya memenuhi kebutuhan tersebut, penting juga untuk menjaga keseimbangan dan tidak terjebak dalam pola hidup yang materialistis. Pemenuhan kebutuhan batiniah seperti kebahagiaan, ketenangan, dan kepuasan hati juga memerlukan perhatian yang sama besarnya. Oleh karena itu, selain mengumpulkan harta, penting juga untuk membina hubungan yang baik dengan sesama, menjalankan nilai-nilai spiritual, dan mengembangkan diri secara terus-menerus. Dengan begitu, manusia dapat mencapai kesejahteraan yang holistik, baik secara lahiriah maupun batiniah (Rofiq, 2019).

Dalam ekonomi Islam, penetapan harga secara umum diserahkan kepada mekanisme pasar, di mana harga terbentuk berdasarkan interaksi antara permintaan dan penawaran. Prinsip ini mendukung kebebasan individu dalam menjalankan kegiatan ekonomi serta memastikan bahwa harga yang terbentuk mencerminkan kondisi pasar yang sebenarnya. Namun, tidak adanya batasan minimal atau maksimal dalam penetapan harga bisa menyebabkan fluktuasi harga yang signifikan pada waktu-waktu tertentu. Prinsip Penetapan Harga dalam Islam sangat ditentukan oleh beberapa aspek penting, antara lain; Permintaan dan Penawaran; Kejujuran dan Keadilan; Larangan Monopoli dan Penimbunan. Dalam kesimpulannya, meskipun Islam menyerahkan penetapan harga kepada mekanisme pasar, prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan larangan terhadap praktik yang merugikan tetap harus dijaga. Fluktuasi harga yang tidak mencerminkan kondisi pasar yang sebenarnya bisa

diatasi dengan intervensi yang bijaksana dari otoritas terkait untuk memastikan tercapainya keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat (Aji, 2013).

Jual beli dalam Islam tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai sarana tolong-menolong dalam hidup bermasyarakat. Islam menetapkan aturan-aturan yang ketat terkait dengan jual beli, termasuk syarat-syarat yang harus dipenuhi, rukun-rukun yang harus ada, serta jenis-jenis jual beli yang terlarang. Dalam Islam, prinsip masalah (kemaslahatan) dan meniadakan mudharat (kerugian) sangat diperhatikan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam sistem jual beli. Praktik jual beli dalam Islam diatur oleh syariah, yang memberikan pedoman tentang bagaimana melakukan transaksi secara adil dan beretika. Dalam konteks jual beli, terdapat beberapa prinsip utama yang harus dipatuhi: *Adanya Keadilan; Kepastian (Yaqin) dan Keterbukaan; Larangan Riba; Larangan Gharar; Larangan Maysir; Ketaatan terhadap Perjanjian* Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa jual beli dilakukan dengan cara yang tidak hanya menguntungkan secara materiil, tetapi juga mendukung keadilan, kesejahteraan bersama, dan moralitas (Syaifullah, 2014).

Berdasarkan pada masalah di atas, terdapat beberapa penelitian yang secara tidak langsung telah dilakukan, baik dengan prinsip kajian yang sama, pendekatan yang sama maupun dengan teori yang sama. Beberapa penelitian tersebut antara lain, Misbahul Khoiriah, dkk, *Penetapan Harga Makanan dan Minuman* (Khoiriah et al., 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Penetapan harga makanan dan minuman di objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat ditetapkan di atas harga normal atau harga pasaran sebagai contohnya minuman Aqua sedang yang biasa dijual Rp. 3.000 di pantai ini dijual Rp. 5.000 sampai Rp. 6.000. Tingginya harga makanan dan minuman disebabkan oleh asumsi pedagang sebagai objek wisata, biaya perawatan pondok serta kenyamanan dan keindahan fasilitas/kedai yang disediakan oleh para pedagang masing-masing. Ditinjau dari fiqh muamalah penetapan harga yang terlalu tinggi di objek wisata Pantai Air Bangis tidak dibenarkan, karena penetapan harga yang terlalu tinggi tidak sesuai dengan prinsip-prinsip bermuamalah dalam Islam. Juga penelitian yang dilakukan oleh Fatikhatus Faoziyah, dkk, *Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari* (Faoziyah et al., 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, hasil uji t yang menyatakan bahwa variabel, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Dengan nilai t hitung harga sebesar $3,065 > t\text{-tabel } 0,1660$ dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ Dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Dengan t-hitung daya tarik wisata sebesar $5,196 > t\text{-tabel } 0,1660$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan. Sehingga perusahaan bisa diharapkan mampu meningkatkan minat berkunjung. Dalam meningkatkan minat berkunjung hendak memperhatikan harga yang sesuai, tidak memberikan harga yang tinggi serta daya tarik wisata dengan mengembangkan wahana wisata yang bervariasi, meningkatkan fasilitas yang ada dan memperbaiki akses jalan menuju ke lokasi wisata mangrove pandasari dan memberikan pelayanan yang baik bagi wisatawan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Meyta Salsa Hardina, dkk. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta* (Hardina & Sudarusman, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta, sedangkan variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari Yogyakarta. Nilai koefisien determinasi penelitian ini sebesar 57,2%. Sedangkan dalam penelitian ini, kajian difokuskan pada pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penetapan harga makanan dan minuman di tempat wisata Labuhan Haji Lombok, NTB. Analisis kajian didasarkan pada pendekatan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dengan tetap memperhatikan ketentuan syariat dalam rangka melakukan transaksi jual beli baik di tempat umum maupun di tempat wisata, dengan demikian, ajaran Islam akan selalu relevan dengan kebutuhan serta menunjang prinsip hidup dalam masyarakat yang diridhoi oleh Allah SWT.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (Sugiyono, 2015, p. 45), yang dilakukan di lokasi wisata pantai Labuhan Haji. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis: sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan narasumber di tempat wisata Labuhan Haji (Maleong, 2014, p. 65), yang meliputi para pedagang di lokasi wisata dan buku-buku utama yang membahas penetapan harga dalam perspektif hukum syariah. Sumber data sekunder diperoleh dari literatur seperti jurnal, al-Qur'an dan hadits, artikel, skripsi, serta data yang relevan di lokasi penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan (Anggito &

Setiawan, 2018, p. 105). Dengan menggunakan metode yang tepat dalam penggalian data, diharapkan hasil penelitian ini bersifat otentik, memiliki kebaruan, dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membuka peluang bagi penelitian berikutnya dengan berbagai pendekatan ilmiah lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Harga

Harga adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lainnya berkontribusi pada biaya. Penetapan harga relatif lebih mudah disesuaikan dalam program pemasaran dibandingkan dengan penyesuaian ciri-ciri produk, saluran distribusi, dan bahkan kampanye iklan, yang memerlukan waktu lebih lama. Dalam bahasa Inggris, harga disebut dengan "price" (Sunario, 2012, p. 86), sedangkan dalam bahasa Arab, berasal dari kata "tsaman" atau "si'ru", yang merujuk pada nilai dan kesepakatan harga yang didasarkan pada kesepakatan bersama (*an-taradin*). Penggunaan kata "tsaman" lebih umum daripada "qimah", yang mengacu pada harga aktual yang telah disepakati (Ghazaly, 2016, p. 17).

"Si'ru", di sisi lain, mengacu pada harga yang ditetapkan untuk barang dagangan. Teori harga, juga dikenal sebagai teori harga, menjelaskan bagaimana harga komoditas di pasar muncul. Harga merupakan representasi dari nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Jumlah penawaran dan permintaan suatu barang menentukan harganya. Banyak faktor mempengaruhi permintaan dan penawaran barang tersebut (Muslimin et al., 2020). Selain memperhatikan konsep dasar dalam menentukan harga, pemahaman terhadap metode penetapan harga juga menjadi sangat penting. Target harga yang ingin diperoleh menentukan metode penetapan harga. Harga biasanya ditentukan dengan menambahkan persentase nilai perusahaan, jumlah biaya produksi, atau modal barang. dan di modal barang dagangan bisnis. Namun, biaya bisnis jasa biasanya termasuk biaya tenaga kerja dan waktu yang dihabiskan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan (Muslimin et al., 2020, p. 5).

Penetapan harga berbasis permintaan

Metode ini lebih berfokus pada preferensi dan kebutuhan pelanggan daripada biaya, keuntungan, dan persaingan. Faktor-faktor seperti daya beli pelanggan, keinginan pelanggan untuk membeli, posisi produk dalam gaya hidup mereka, keuntungan yang ditawarkan produk kepada mereka, harga pengganti produk, potensi pasar produk, karakteristik persaingan non-harga, perilaku konsumen secara keseluruhan, dan segmen pasar menentukan permintaan pelanggan. Beberapa metode penetapan harga berdasarkan permintaan termasuk harga skimming, harga prestige, harga penetrasi, harga lining, harga demand-backward, harga odd-even, dan harga bundle (Zulkarnaen & Amin, 2018).

Penetapan harga berbasis biaya

Metode ini mengutamakan penawaran atau biaya alih-alih permintaan dalam menentukan harga. Menggabungkan biaya produksi dan pemasaran dengan jumlah tertentu untuk memenuhi biaya langsung, overhead, dan keuntungan, harga dapat dihitung. Price pricing dengan markup standar, price pricing with fixed fee, price pricing with percentage of cost, dan price pricing with experience curve adalah beberapa metode yang digunakan dalam pendekatan ini (Fadilah, 2020).

Penempatan harga berbasis laba

Metode ini dirancang untuk mencapai keseimbangan biaya dalam menetapkan harga dan pendapatan. Ini dapat dilakukan dengan menetapkan target volume keuntungan atau sebagai persentase dari investasi atau penjualan. Harga target profit, harga target penjualan, dan harga target investasi termasuk dalam metode ini.

Penetapan harga berbasis persaingan

Ada empat jenis metode penetapan harga berbasis persaingan: harga pasar standar, harga penjualan pemenang, harga pasar yang lebih tinggi, lebih rendah, atau lebih rendah, dan harga penawaran tertutup (Ishak, 2017).

Penetapan harga dalam perspektif Islam

Islam memberikan perhatian yang besar terhadap keseimbangan harga, terutama dalam kaitannya dengan peran pemerintah dalam mencapai stabilitas harga dan mengatasi fluktuasi harga. Para ulama memiliki pendapat

yang beragam mengenai peran pemerintah dalam menetapkan harga. Sebagian menolak keterlibatan pemerintah, sementara yang lain mendukungnya. Sejarah mencatat bahwa Rasulullah SAW menjadi *muhtasib* (pengawas pasar) setelah hijrah ke Madinah, di mana mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu contoh dari penghargaan ini adalah ketika Rasulullah SAW menolak untuk mengatur harga, karena pada saat itu, harga dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan. Hadits yang diwariskan oleh enam ulama hadits (kecuali Imam Nasa'i) merupakan bukti otentik dari pendekatan ini. Dengan demikian, Islam sangat memperhatikan keseimbangan harga dan peran pemerintah dalam menjaga stabilitas harga serta mengatasi ketidakstabilan harga. Sebagaimana dalam hadis:

غَالَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَالَا السَّعْرُ فَسَعِّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعِرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

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.”(At-Tirmidzi, 1983).

Nabi tidak pernah menetapkan harga jual karena hal itu dapat menyebabkan kezaliman, yang dianggap sebagai perbuatan terlarang. Ini disebabkan oleh kenyataan bahwa menetapkan harga terlalu tinggi akan merugikan pembeli, sedangkan menetapkan harga terlalu rendah akan merugikan penjual (Komarudin & Hidayat, 2017). Secara umum, tidak ada penetapan harga menurut prinsip hukum asal, dan para cendekiawan fikih sejalan dengan hal ini. Meskipun Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder, Imam Hambali dan Syafi'i melarangnya karena berpotensi menyulitkan masyarakat. Konsep Maqashid al-Syariah, yang menekankan pemahaman tentang kemaslahatan dan upaya untuk menghindari kerugian, menjadi dasar mekanisme harga dalam Islam. Mekanisme pasar tidak akan berfungsi dengan baik jika Rasulullah langsung menetapkan harga pada masa itu. Namun, berdasarkan prinsip Maqasid al-Syariah, penetapan harga menjadi wajib dalam situasi tertentu untuk memprioritaskan kemaslahatan manusia dan memerangi distorsi pasar yang berpotensi menimbulkan kerusakan (*Mafsadah*) (Baharuddin, 2017).

Keseimbangan antara penawaran dan permintaan adalah yang menentukan harga menurut pandangan Islam. Ketika pembeli dan penjual saling mendapat manfaat, maka keseimbangan ini tercapai. Kedua belah pihak memiliki kepentingan dalam mempertahankan barang tersebut, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menawarkannya kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk menerima harga tersebut dari penjual. Namun, pemerintah harus campur tangan untuk menyelesaikan masalah ini dengan menetapkan standar harga jika pedagang menaikkan harga di luar batas kewajaran, karena hal ini dianggap sebagai perbuatan zalim dan ketidakadilan. Hal ini bertujuan untuk melindungi hak milik orang lain, mencegah penimbunan barang, serta menghindari penipuan dan manipulasi dari pedagang. Khalifah Umar bin Khattab melakukan tindakan ini (Saleh, 2011).

Menurut ulama dari Mazhab Zahiriyah, Malikiyah, Syafiiyah, Hanabilah, dan Asy-Syaukani, campur tangan pemerintah dalam penetapan harga tidak diperbolehkan dalam keadaan apa pun, dan jika terjadi, hal tersebut dianggap sebagai perbuatan haram. Mereka menganggap penetapan harga sebagai tindakan yang zalim. Mereka menegaskan bahwa campur tangan pemerintah dalam penetapan harga adalah dilarang, tanpa memperdulikan apakah kenaikan harga disebabkan oleh spekulasi, tingginya permintaan, atau faktor alam. Mayoritas ulama secara tegas menentang penetapan harga semacam itu, meskipun Ibn Taimiyah memiliki pandangan berbeda. Meskipun kebijakan pengaturan harga hanya diterapkan dalam situasi yang tidak pasti, beberapa cendekiawan fikih Islam mendukungnya dan menekankan pentingnya kebijakan harga yang adil (Haroen, 2000, p. 142).

Pada zaman Ibnu Taimiyah, terdapat keyakinan bahwa kenaikan harga disebabkan oleh ketidakadilan dan tindakan ilegal dari penjual atau manipulasi pasar. Taimiyah menentang ide bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Dia juga mengklaim bahwa individu yang tidak memiliki otoritas dalam transaksi tidak selalu bertanggung jawab atas fluktuasi harga. Ketika permintaan sangat dipengaruhi oleh selera dan pendapatan, perubahan dalam penawaran dijelaskan sebagai peningkatan atau penurunan jumlah barang yang tersedia. Sebaliknya, besarnya perbedaan antara penawaran dan permintaan menentukan seberapa besar

kenaikan atau penurunan harga. Ibnu Taimiyyah menentang regulasi berlebihan ketika kekuatan pasar dapat bekerja sendiri untuk menetapkan harga yang kompetitif (Effendi, 2021).

Praktik Penetapan Harga di Wisata Labuhan Haji

Dalam menetapkan harga jual, pedagang tidak memperhatikan faktor apapun dan tidak memperhatikan kepentingan konsumen. Mereka tidak mengubah harga berdasarkan apakah hari itu hari libur atau hari biasa; harga tetap sama baik pada hari libur maupun hari biasa. Pedagang tidak mempertimbangkan pihak lain dalam menetapkan harga; mereka hanya menetapkan harga berdasarkan keinginan pribadi mereka. Rentang harga yang ditawarkan oleh pedagang bervariasi, misalnya dari Rp 4.000 hingga Rp 18.000 untuk barang tertentu, air mineral dijual dengan harga antara Rp 4.000 hingga Rp 5.000, dan makanan ringan seperti kue kering, keripik, dan wafer dijual dengan harga antara Rp 8.000 hingga Rp 8.000. Selain itu, beberapa pedagang memperoleh keuntungan antara Rp 1.500 hingga Rp 3.000.

Jual beli merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sebagai makhluk sosial yang tidak terlepas dari bantuan orang lain yang dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Dalam kegiatan jual beli tidak terlepas dari harga. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat.

Dalam penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang di pantai Labuhan Haji sebagian besar mereka memberikan harga dari kemauan masing-masing pedagang. Adapun cara yang dilakukan dalam menetapkan harga yang dilakukan oleh para pedagang yang ada di pantai Labuhan Haji diantaranya. 1). Harga yang ditetapkan oleh pedagang tidak tergantung hari libur atau hari biasanya. Di hari libur dan hari biasanya diberikan dengan harga yang sama, tidak ada perbedaan harga sebagaimana wawancara yang peneliti lakukan pada para pedagang. Karena bagi mereka hari libur dan hari biasa sama saja, walaupun kadang hari libur lebih ramai dari hari biasanya. 2). Tidak ada biaya khusus atau pajak yang harus dibayarkan. Tidak ada kebijakan harga daerah setempat. Para pedagang disana hanya membayar uang kebersihan sebesar Rp. 7000/bulannya. 3). Dalam mengambil keuntungan para pedagang di pantai Labuhan Haji berbeda-beda. Dimana ada yang mengambil keuntungan dari Rp1.500-Rp2.000, seperti yang disampaikan oleh Ibu Nurjanah dan Ibu Siti Aminah. Berbeda dengan Ibu Nana, Ibu Suriatun, dan Ibu Suhartini dimana mereka mengambil keuntungan sebesar Rp2.000-Rp3.000. Jadi, mereka mengambil keuntungan berdasarkan kemauan mereka sendiri. 4). Pemberian harga yang berbeda kepada wisatawan. Hal seperti ini memang sering dan hampir dilakukan oleh para pedagang. Memberikan harga yang berbeda dilakukan jika yang berbelanja merupakan keluarga, kerabat dekat, ataupun orang yang dikenal. Seperti hasil wawancara dengan beberapa pedagang di pantai Labuhan Haji seperti Ibu Nana, Ibu Suriatun, Ibu Nurjanah, Siti Aminah dan Ibu Suhartini yang memang melakukan perbedaan harga kepada pembeli yang mereka kenal atau pembeli dari sekitar Labuhan Haji dimana mereka memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan wisatawan dari luar Labuhan Haji. Harga yang diberikan kepada wisatawan luar lebih mahal. 1). Harga makanan dan minuman di wisata pantai Labuhan Haji lebih mahal dibandingkan dengan harga pasaran. 2). Adanya rasa keterpaksaan dalam belanja oleh pembeli, karena merasa membutuhkan.

Dari keterangan para pedagang di pantai Labuhan Haji bahwa para pedagang sebagian besar berasal dari Desa Labuhan Haji dan para pedagang tersebut mengambil barang di grosiran, terkadang jika sedang kepepet mereka mengambil di dagang-dagang kecil. Sebagian besar para pedagang di pantai Labuhan Haji berasal dari Desa Labuhan Haji yang merupakan rumah mereka tidak jauh dari pantai Labuhan Haji.

Para pedagang tersebut memberikan harga lebih mahal dari harga pasaran. Dan dalam penentuan harga tergantung atas kemauan para pedagang itu sendiri. Jika orang lokal (Labuhan Haji) atau kerabat mereka memberikan harga lebih murah karena merasa orang tersebut mengetahui harga di pasaran.

Berikut daftar harga beberapa makan di tempat wisata dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Harga Makanan

No	Jenis makanan dan minuman	Harga di tempat wisata	Harga di pasaran
1.	Air mineral (tanggung)	Rp 5.000	Rp 3.000
2.	Cimory	Rp 8.000	Rp 6.000
3.	Milku	Rp 5.000	Rp 3.500

4.	Kripik	Rp 8.000	Rp 5.000
5.	Happytos	Rp 15.000	Rp 13.000
6.	Kuaci	Rp 18.000	Rp 16.500
7.	Biscuit roma kelapa	Rp 15.000	Rp 8.000
8.	Teh pucuk	Rp 6.000	Rp. 4000

Analisis Penetapan Harga Makanan Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Setiap orang melakukan pembelian pada suatu waktu, namun tidak semua orang Muslim menjalankan praktik jual beli yang sesuai dengan ajaran Islam. Bahkan, ada yang kurang memahami ketentuan hukum Islam terkait transaksi jual beli. Al-Qur'an dan Hadis, sebagai sumber hukum Islam, memberikan banyak contoh dan aturan untuk bisnis yang berlandaskan ajaran Islam, baik bagi penjual maupun pembeli. Saat ini, penjual cenderung lebih mementingkan keuntungan pribadi daripada mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam. Mereka tidak mengharapkan keberkahan dari apa yang mereka lakukan, hanya fokus pada keuntungan materi.

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran produk, dan merupakan salah satu dari empat faktor bauran pemasaran (4P = produk, harga, distribusi, dan promosi). Harga diartikan sebagai nilai barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan uang. Selain itu, harga dimaksudkan sebagai representasi nilai tertinggi yang dapat diukur dari barang atau jasa (Al-Assal, 1999, p. 26). Dalam perspektif Islam, harga ditentukan oleh keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Ketika pembeli dan penjual saling menguntungkan, maka terjadi keseimbangan ini. Baik penjual maupun pembeli memiliki kepentingan dalam mempertahankan barang tersebut, sehingga harga barang ditetapkan oleh kemampuan penjual untuk menawarkannya kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk menerima harga tersebut dari penjual.

Dalam al-Qur'an terdapat dasar hukum yang dapat dijadikan rujukan dalam menentukan prinsip keadilan pada praktik jual beli. Sebagaimana Allah berfirman:

“Wahai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar redha meredhai di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu36.” (Qs. An-Nisa [4] 29)

Secara umum, ayat ini mengajarkan pentingnya integritas, keadilan, dan kesediaan dalam segala transaksi jual beli, termasuk dalam menetapkan harga. Prinsip-prinsip ini harus menjadi landasan dalam semua aktivitas ekonomi guna menjamin kesejahteraan dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Ayat ini menyampaikan beberapa manfaat dari penerapan prinsip-prinsip tersebut.

Pertama, prinsip utama adalah bahwa perdagangan adalah halal karena didasarkan pada kesepakatan antara pembeli dan penjual; praktik penipuan, manipulasi, dan pemalsuan barang adalah perbuatan yang dilarang dalam Islam. *Kedua*, segala sesuatu di dunia ini termasuk dalam konteks perdagangan, dan hal-hal duniawi yang bersifat sementara dan tidak abadi harus menjadi pengingat bagi manusia untuk mempersiapkan diri menuju kehidupan akhirat yang lebih baik dan abadi. *Ketiga*, hal ini menyoroti bahwa sebagian besar jenis bisnis melibatkan penggunaan uang yang bersifat sementara. Oleh karena itu, sulit untuk menetapkan nilai mutlak pada sesuatu dan menentukan harganya secara objektif berdasarkan prinsip-prinsip keadilan dan kesesuaian.

Oleh karena itu, ada toleransi jika salah satu dari dua barang pengganti memiliki nilai yang lebih tinggi dari yang lain, atau jika harga meningkat karena keahlian pedagang dalam memperindah dan memasarkan barang dagangannya secara menarik tanpa melakukan penipuan atau pemalsuan. Terkadang, orang tetap memilih untuk membeli barang tertentu meskipun menyadari bahwa mereka bisa mendapatkannya dengan harga yang lebih murah di tempat lain. Keahlian pedagang dalam menjalankan perdagangan menjadi faktor yang memengaruhi situasi ini. Ini termasuk dalam kerangka perdagangan yang didasarkan pada kesepakatan antara pembeli dan penjual, yang dianggap halal menurut hukum Islam.

Dalam transaksi jual beli menurut ajaran Islam, etika diwujudkan sebagai berikut: tidak diperbolehkan memperdagangkan barang yang diharamkan; bertindak dengan kejujuran, integritas, dan amanah; menegakkan keadilan dan menghindari praktik bunga; menerapkan sikap kasih sayang dan menentang monopoli; memperjuangkan toleransi dan persaudaraan; dan yang terakhir, memegang teguh prinsip bahwa perdagangan

adalah persiapan untuk kehidupan setelah kematian (Qardhawi, 1997, p. 173). Dalam perdagangan, ada tiga sifat yang dianggap baik oleh Imam Al-Ghazali, antara lain (Mawardi, 2018). 1). Menghindari pengejaran keuntungan yang berlebihan, yang sering terjadi dalam dunia perdagangan. Jika ini dipertimbangkan, dapat membawa manfaat, seperti menjual barang dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing atau sebanding dengan penjual sejenis lainnya. Ini akan membuat konsumen lebih puas dengan penjual yang memberikan harga yang bersaing, terutama jika mereka menyediakan layanan yang baik. Hal ini akan meningkatkan permintaan atas barang dagangan tersebut, meningkatkan volume penjualan, dan menyebabkan barang tersebut cepat habis terjual, sehingga pedagang dapat memperoleh keuntungan lebih besar. 2). Memberikan harga yang sedikit lebih tinggi kepada penjual yang kurang mampu merupakan bentuk amal yang lebih besar daripada sekadar memberikan sedekah biasa. 3). Memberikan diskon atau potongan harga kepada pembeli yang kurang mampu memiliki kebaikan yang berlipat ganda.

Makanan di tempat wisata sering kali dijual dengan harga yang lebih tinggi daripada harga pasar, dan sering terjadi variasi harga yang diterapkan oleh penjual kepada pembeli. Kenaikan harga makanan dan minuman di tempat wisata menyebabkan harga menjadi lebih mahal dibandingkan dengan harga pasar. Namun, apa yang dianggap wajar belum tentu sesuai dengan prinsip syariat Islam. Hasil wawancara dengan pedagang di pantai Labuhan Haji menunjukkan bahwa penetapan harga oleh para pedagang didasarkan pada keinginan pribadi mereka daripada mempertimbangkan harga pasar saat ini.

Dalam Islam, prinsip perdagangan yang diatur adalah kesepakatan antara kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli, karena agama melindungi hak individu untuk memiliki harta. Kenaikan harga yang terlalu tinggi tidak sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam hukum Islam. Prinsip kerelaan adalah satu-satunya hal yang harus diperhatikan. Jika penjual membedakan harga untuk pembeli, hal ini melanggar etika jual beli dan prinsip-prinsip muamalah, karena keadilan harus ditegakkan dalam setiap transaksi tanpa membedakan siapa pun, karena Islam mengajarkan bahwa setiap orang memiliki hak yang sama (Habibullah, 2018).

Pedagang menetapkan harga dengan asumsi bahwa pembeli dari luar daerah memiliki keuangan yang lebih kuat, sehingga dianggap wajar bagi penjual untuk menetapkan harga yang lebih tinggi bagi mereka daripada pembeli lokal. Namun, dalam mekanisme pasar, penyelesaian masalah harga dalam muamalah haruslah didasarkan pada konsep muamalah Islam. Sehingga, harga yang adil akan ditetapkan untuk memastikan tidak ada penindasan dan semua pihak yang terlibat dalam transaksi akan mendapat manfaat. Konsep jual beli Islam terdiri dari prinsip-prinsip berikut:

Pertama, prinsip Ar-Ridha, yang mengacu pada QS. al-Nisa' ayat 29, menyatakan bahwa segala transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam jual beli Islam, ada tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Karena permintaan dan penawaran harus terjadi secara bersamaan, tidak ada pihak yang merasa terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu (Munandar & Ridwan, 2023).

Kedua, pilar Islam yang sangat penting adalah prinsip kejujuran, yang merupakan nama lain dari kebenaran. Dalam Islam, kebohongan dan penipuan dilarang secara tegas. Jika kita jujur, orang akan percaya pada kita. Seseorang harus memiliki kemampuan untuk bertindak adil dan jujur untuk membangun kepercayaan dalam dunia bisnis. Kejujuran praktik penentuan harga harus menjadi jelas (Affandi, 2021).

Ketiga, prinsip-prinsip keadilan Para fuqaha' telah membuat banyak peraturan untuk transaksi bisnis selain mengembangkan konsep harga yang adil. Akibatnya, orang yang adil adalah mereka yang memenuhi persyaratan hukum agama, hukum positif (hukum negara), dan hukum sosial (hukum adat). Harga yang adil harus diberikan kepada kedua belah pihak yang bermu'amalah. Akibatnya, harga harus adil sehingga tidak ada yang dirugikan. Karena kezaliman juga dilarang dalam Islam (Nabbila & Syakur, 2023).

Dalam jual beli, memiliki etika sangat penting. Ini dapat berlaku untuk penjual dan pembeli, serta individu lain yang ingin melakukan transaksi jual beli. Sikap keterbukaan dalam jual beli Islam terlihat dalam praktik penjualan wisata Labuhan Haji yang membedakan harga untuk pengunjung. Jika pengunjung mengetahui bahwa ada yang menawarkan harga lebih murah, pengunjung akan merasa terdiskriminasi. Ini karena harga yang berbeda diberikan kepada orang yang terkenal atau orang yang berasal dari Labuhan Haji. Menurut konsep jual beli Islam, jual beli di objek wisata Pantai Labuhan Haji sudah sah, tetapi ada beberapa prinsip yang belum diterapkan sepenuhnya. Relasi tanpa paksaan antara penjual dan pembeli harus ada ketika orang merasa terpaksa atau tidak puas dan pedagang memberikan perbedaan harga kepada pembeli.

Dalam melakukan usaha umat Islam, mereka harus melakukannya sesuai dengan ketentuan. Untuk menghindari penyimpangan, dia akan menjalankan bisnis atau transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah. Jadi, sya'riat adalah nilai utama yang menjadi payung strategis dalam bermuamalah atau berbisnis. Mereka harus selalu mematuhi dan berpegang teguh padanya saat menjalankan bisnis mereka.

KESIMPULAN

Studi ini telah mencapai beberapa kesimpulan penting, salah satunya adalah bahwa harga makanan di tempat wisata Labuhan Haji ditentukan oleh keinginan para pedagang; setiap pedagang memperoleh keuntungan antara Rp 1.500 dan Rp 3.000 dari harga pasar. Harga makanan di Labuhan Haji diatur sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, meskipun masih ada beberapa prinsip muamalah yang belum sepenuhnya terpenuhi. Wisatawan dari luar membayar harga yang berbeda, sementara warga lokal (Labuhan Haji) mendapatkan harga yang lebih murah. Konsep dasar dalam jual beli Islam adalah prinsip Ar-Ridha, yang menekankan bahwa setiap transaksi harus didasarkan pada kerelaan antara kedua belah pihak. Prinsip kejujuran juga merupakan salah satu prinsip utama dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, F. (2021). TELAAH KONSEP PERDAGANGAN DALAM TAFSIR AL-AZHAR KARYA BUYA HAMKA. *J-MABISYA*, 2(2), 1-11.
- Aji, D. K. (2013). Konsep Monopoli dalam Tinjauan Ekonomi Islam. *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(1), Article 1.
- Al-Assal, A. M. (1999). *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*. Pustaka Setia.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- At-Tirmidzi, A. I. M. bin I. bin S. (1983). *Sunan At-Tirmidzi*. Dar al-Fikr.
- Baharuddin, D. (2017). TAS'IR (PRICE FIXING) DALAM PERSPEKTIF MAQASHID AL-SYARI'AH. *TAHKIM*, 13(2), 138-156.
- Effendi, S. (2021). PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 26-35. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442>
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), Article 2.
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Ghazaly, A. R. (2016). *Fiqh Muamalah*. Prenada Media.
- Habibullah, E. S. (2018). PRINSIP-PRINSIP MUAMALAH DALAM ISLAM. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), Article 01. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i01.237>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.35917/cb.v2i1.236>
- Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama.
- Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), Article 1.
- Khoiriah, M., Harahap, I., & Harahap, R. B. (2021). Penetapan Harga Makanan dan Minuman. *Jurnal El-Thawalib*, 2(5), Article 5. <https://doi.org/10.24952/el-thawalib.v2i5.4411>

- Komarudin, P., & Hidayat, M. R. (2017). PENETAPAN HARGA OLEH NEGARA DALAM PERSPEKTIF FIKIH. *AL IQTISHADIAH JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31602/iqt.v3i1.1004>
- Maleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mawardi, A. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF PEMIKIRAN AL GHAZALI. *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.20414/mu.v10i2.2847>
- Munandar, A., & Ridwan, A. H. (2023). Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online. *Rayah Al-Islam*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.37274/rais.v7i1.659>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1-11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nabbila, F. L., & Syakur, A. (2023). PERSPEKTIF AYAT AL-QUR'AN DALAM ETIKA BISNIS ISLAM KONTEMPORER. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 199-206. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1940>
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Rofiq, M. K. (2019). PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM IBNU TAIMIYAH. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.37758/annawa.v1i1.110>
- Saleh, M. (2011). PASAR SYARI'AH DAN KESEIMBANGAN HARGA. *Media Syari'ah : Wahana Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, 13(1), 21-35.
- Salsabilla, & Kinanty, N. N. (2023). JUAL BELI MENURUT ISLAM. *JEBESH: JOURNAL OF ECONOMICS BUSINESS ETHIC AND SCIENCE HISTORIES*, 1(1), Article 1.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sunario, A. (2012). *Kamus al-Fikr*. Halim Jaya.
- Syaifullah, S. (2014). ETIKA JUAL BELI DALAM ISLAM. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.31955/mea.v2i1.52>