

SKRIPSI

**AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI
TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL
KABUPATEN PINRANG**



Oleh

RUDY

NIM: 12.2200.018

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI
TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL
KABUPATEN PINRANG**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum
Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI
TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL
KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**



Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Disusun dan diajukan oleh

RUDY

NIM 12.2200.018

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali
Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten
Pinrang

Nama : Rudy

Nomor Induk Mahasiswa : 12.2200.018

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : No. Sti. 08/PP. 00. 09/1173/2016

Tanggal Kelulusan : 22 Agustus 2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Rusnaena, M.Ag.
NIP : 19680205 200312 2 001

Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M.
NIP : 19720929 200801 1 012


(.....)


(.....)

Mengetahui,

Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam

Dekan,


Dr. Hj. Muliati, M. Ag.
NIP: 19601231 199103 2 004

SKRIPSI
AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI
TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL
KABUPATEN PINRANG

Disusun dan diajukan oleh

RUDY
NIM. 12.2200.018

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada tanggal 22 Agustus 2019
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Rusnaena, M.Ag.
NIP : 19680205 200312 2 001
Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M.
NIP : 19720929 200801 1 012

()
()

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si.
NIP. 19640427 198703 1 002



Dr. Hj. Muliati, M. Ag.
NIP. 19601231 199103 2 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali
Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten
Pinrang
Nama : Rudy
Nomor Induk Mahasiswa : 12.2200.018
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : No. Sti. 08/PP. 00. 09./1173/2016

Disetujui Oleh Komisi Penguji

Rusnaena, M.Ag.	(Ketua)	
Abdul Hamid, S.E., M.M.	(Sekretaris)	
Badruzzaman, S.Ag., M.H.	(Anggota)	
Dr. Hj Saidah, S.HI., M.H.	(Anggota)	

Mengetahui,

Institut Agama Islam Negeri Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si

19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya yang diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Tidak lupa pula dikirimkan sholawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi umat Islam. Skripsi ini peneliti susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Bahar dan Ibunda Hj. Murni yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya, serta dukungannya baik berupa moril maupun materil yang belum tentu peneliti dapat membalasnya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti juga mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Untuk itu perkenankan peneliti untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Dr. Hj. Muliati, M. H, Jajaran Struktural dan Para Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas

pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Rusnena, M.Ag., selaku pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada saya serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam penyelesaian studi peneliti, dan Abdul Hamid, S.E., M.M., selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasinya.
4. Seluruh dosen pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah mendidik peneliti hingga dapat menyelesaikan studinya.
5. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi saya.
6. Seluruh pegawai dan staf yang bekerja pada lembaga IAIN Parepare atas segala bantuan dan arahnya mulai dari peneliti kuliah di lembaga tersebut sampai proses penyelesaian studi peneliti.
7. Pemerintah Kabupaten Pinrang beserta jajarannya atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Kepala sekolah, guru, dan staf Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar Negeri (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Madrasah Aliyah Negeri (MAN) tempat peneliti pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
9. Teman-teman seperjuangan khususnya pada Organisasi Resimen Mahasiswa serta Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, dan juga segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

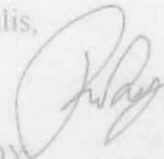
Peneliti dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dan kritikan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang peneliti terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang di lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Amin.

Wassalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Parepare, 14 Mei 2019

Penulis,



RUDY
NIM. 12.2200.018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rudy
Tempat/Tgl.Lahir : Pinrang/08 November 1993
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 14 Mei 2019

Penulis



RUDY
NIM. 12.2200.018

ABSTRAK

Rudy. Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang (dibimbing oleh Rusnaena dan Abdul Hamid).

Harga adalah sejumlah uang yang harus di keluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Imam Al-Ghazali dalam membicarakan harga selalu mengaitkan dengan keuntungan. Keuntungan (*ribh*) termasuk dalam biaya produksi. Dimana biaya produksi akan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Imam Al-Ghazali juga berpendapat akan hukum permintaan (*demand*) dan hukum penawaran (*supply*) yang menjadi senjata ampuh para ekonomi masa kini. Hukum permintaan merupakan jumlah barang/jasa yang diminta dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga. Sedangkan hukum penawaran adalah jumlah barang/jasa yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga. Dinamika harga pada pasar sentral Pinrang sering mengalami perubahan atau tidak stabil, perubahan tersebut berdasar pada faktor banyaknya permintaan dan penawaran, modal harga barang lain, musimnya, dan tergantung faktor situasi dan kondisi. Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat permasalahan tentang bagaimana pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga, bagaimana dinamika harga pada pasar sentral Pinrang, dan bagaimana aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga pada pasar sentral Pinrang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan teknik yang digunakan dalam menentukan narasumber yaitu teknik *purposive sampling*. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan teknik deskripsi dan komparasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Imam Al-Ghazali dalam membicarakan harga selalu mengaitkan dengan keuntungan. Beliau juga menegaskan bahwa keuntungan bisnis yang akan dicapai seorang pedagang ialah keuntungan dunia dan akhirat. 2). Dinamika harga pada pasar sentral Kabupaten Pinrang yaitu para pedagang dalam menetapkan harga barangnya berpatokan pada banyaknya barang yang diminta oleh konsumen, harga barang itu sendiri, harga pada umumnya yang berlaku, biaya transportasi, jumlah barang yang tersedia, harga barang dari perusahaan, tergantung musim dan sesuai dengan kemampuan pembeli. 3). Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga pada pasar sentral Kabupaten Pinrang pada umumnya telah sesuai dan teraktualisasi pada pasar sentral Kabupaten Pinrang, akan tetapi pemikiran Imam Al-Ghazali tidak teraktualisasi sepenuhnya ketika berbicara soal etika ekonomi islam yang merupakan aplikasi syariah yang bernilai ibadah.

Kata Kunci: Aktualisasi Harga, Pemikiran Imam Al-Ghazali.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis.....	7
2.2.1 Pengertian Aktualisasi.....	7
2.2.2 Teori Aktual.....	8

2.2.3 Aktualisasi Menurut Abraham Maslow	9
2.2.4 Imam Al-Ghazali	10
2.2.5 Harga	19
2.2.6 Peran Harga	26
2.2.7 Persepsi Harga	27
2.2.8 Kualitas pelayanan.....	28
2.3 Tinjauan Konseptual.....	31
2.4 Bagan Kerangka Pikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3 Fokus Penelitian	38
3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	40
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Kantor UPT Pasar Sentral Kabupaten Pinrang	42
4.2 Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Pinrang.....	43
4.3 Sumber daya Unit Pelaksana Teknis (UPT) pasar sentral Pinrang	44
4.4 Dinamika Harga pada Pasar Sentral Pinrang.....	45
4.5 Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang	48

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN – LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	Bagan Kerangka Pikir	35
Gambar 2	Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Pinrang	43



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data gardu, kios/lods dan pelantaran 44



DAFTAR LAMPIRAN

NO.	JUDUL LAMPIRAN
1.	Surat izin melakukan penelitian dari IAIN Parepare
2.	Surat izin penelitian dari Pemerintah Kabupaten Pinrang
3.	Surat keterangan penelitian
4.	Daftar pertanyaan wawancara untuk narasumber
5.	Surat keterangan wawancara
6.	Dokumentasi skripsi
7.	Riwayat hidup



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	s\`a	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	z\`al	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... يَ	<i>fath}ah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	a>	a dan garis di atas
ى	<i>kasrah</i> dan <i>ya>'</i>	i>	i dan garis di atas
وُ	<i>d}ammah</i> dan <i>wau</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *ma>ta*

رَمَى : *rama>*

قِيلَ : *qi>la*

يَمُوتُ : *yamu>tu*

4. Ta>' marbu>t}ah

Transliterasi untuk *ta>' marbu>t}ah* ada dua, yaitu: *ta>' marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta>' marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta>' marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta>' marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raud}ah al-at}fa>l*

الْمَدِينَةُ الْأَفْضَلَةُ : *al-madi>nah al-fa>d}ilah*

الْحِكْمَةُ : *al-h}ikmah*

5. Syaddah (Tasydi>d)

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan

sebuah tanda *tasydi>d* (َ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana>*

نَجَّيْنَا : *najjaina>*

الْحَقُّ : *al-h}aqq*

نُعِمُّ : *nu“ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i>*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Ali> (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi> (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bila>du*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muru>na*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'a>n*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi> Z{ila>l al-Qur'a>n

Al-Sunnah qabl al-tadwi>n

9. *Lafz} al-Jala>lah (الله)*

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf

hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ *billa>h* دِيْنُ اللّٰهِ *di>>nulla>h*

Adapun *ta>' marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fi> rah}matilla>h*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma> Muh}ammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wud}i'a linna>si lallaz}i> bi Bakkata muba>rahan

Syahru Ramad}a>n al-laz}i> unzila fi>h al-Qur'a>n

Nas}i>r al-Di>n al-T{u>si>

Abu>> Nas}r al-Fara>bi>

Al-Gaza>li>

Al-Munqiz\ min al-D}ala>l

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu> al-Wali>d Muh}ammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu> al-Wali>d Muh}ammad (bukan: Rusyd, Abu> al-Wali>d Muh}ammad Ibnu)

Nas}r H{a>mid Abu> Zai>d, ditulis menjadi: Abu> Zai>d, Nas}r H{a>mid (bukan: Zai>d, Nas}r H{ami>d Abu>)

swt.	= <i>subh}a>nahu> wa ta'a>la></i>
saw.	= <i>s}allalla>hu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-sala>m</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS A<li 'Imra>n/3: 4
H	= Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktek ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain : persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.¹

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah *resultan* dari kekuatan yang bersifat *missal impersonal*, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan

¹ P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 301.

menderita kerugian. Oleh karena itu, islam sangat memerhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.²

Penentuan harga suatu barang di suatu kota misalnya, akan tergantung oleh berkembang atau tidaknya populasi dalam daerah tersebut, jika populasi meningkat maka dengan sendirinya pengadaan akan barang-barang kebutuhan pokok mendapat prioritas, sehingga penawaran meningkat dan berakibat pada penurunan harga barang tersebut. Sedangkan untuk barang mewah, permintaan akan meningkat, sejalan dengan perkembangan kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah tersebut pun menjadi naik.³ Pengaruh naik turunnya penawaran terhadap harga tergantung pada ketersediaan barang, karena ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antara kota dekat dan aman, maka akan banyak barang yang di impor sehingga ketersediaan barang akan melimpah dan harga-harga akan turun.⁴ Dalam sejarah ekonomi di dunia muncul beberapa ekonomi islam yang mengangkat tema keilmuan tentang harga seperti pemikiran Imam Al-Ghazali.

Hujjatul Islam Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Tusi Al-Ghazali lahir di Tus, sebuah kota kecil di Khusaran, Iran, pada tahun 450 H (1058 M). Sejak kecil, Imam Al-Ghazali hidup dalam dunia Tasawuf. Ia tumbuh dan berkembang dalam asuhan orang Sufi, setelah ayahnya juga orang Sufi meninggal dunia.

Sejak muda, Al-Ghazali sangat antusias terhadap ilmu pengetahuan. Ia pertama-tama belajar bahasa Arab dan fiqh di kota Tus, kemudian pergi ke kota

² P3EI, *Ekonomi Islam*, h. 330.

³ P3EI, *Ekonomi Islam*, h. 310-311.

⁴ P3EI, *Ekonomi Islam*, h. 310-311.

Jurjan untuk belajar dasar-dasar ushul fiqh. Setelah kembali ke kota Tus selama beberapa waktu, ia pergi ke Naiabur untuk melanjutkan Rihlah ilmiahnya. Di kota ini, Al-Ghazali belajar kepada Al-Haramain Abu Al-Ma'Ali Al-Juwaini, sampai yang terakhir ini wafat pada tahun 478 H (1085 M).⁵

Sebagaimana para ilmuwan lain di zamannya, Al-Ghazali membahas permasalahan harga dan laba secara bersamaan tanpa membedakan biaya dan pendapatan. Seraya mengemukakan kecaman terhadap para pencari laba, ia mengakui motivasi mencari laba dan sumber-sumbernya. Ia menganggap laba sebagai imbalan atas resiko dan ketidakpastian., karena mereka (pedagang dan pelaku bisnis) menanggung banyak kesulitan dalam mencari laba dan mengambil resiko, serta membahayakan kehidupan mereka dalam kafilah-kafilah dagang.

Seperti yang telah disinggung Al-Ghazali bersikap sangat kritis terhadap laba yang berlebihan. Menurutnya, jika seorang pembeli menawarkan harga “yang lebih tinggi” daripada “harga yang berlaku”, penjual harus menolaknya, karena laba akan menjadi berlebihan walaupun itu bukanlah suatu kezaliman jika tidak ada penipuan didalamnya. Berkaitan dengan hal ini, ia menyatakan bahwa laba normal seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 % dari harga barang. Lebih jauh ia menekankan bahwa penjual seharusnya didorong oleh “laba” yang akan diperoleh dari pasar yang “hakiki”, yakni akhirat.⁶

Namun berdasarkan pengamatan awal peneliti bahwa harga barang-barang di pasar sentral Pinrang sering mengalami perubahan atau tidak stabil, adakalanya naik

⁵ Ir. H. Adi Warman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 314-315.

⁶ Ir. H. Adi Warman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 291-292.

atau mahal dan adakalanya turun atau murah. Misalnya, penetapan harga gula pasir dan minyak goreng, dimana terkadang banyak persediaan gula pasir dan minyak goreng akan tetapi harga barang tersebut mahal dan permintaannya banyak. Berdasarkan pemikiran Imam Al-Ghazali mengenai harga dan penetapan harga pada pasar sentral Pinrang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Dan apa yang menjadi penyebab terjadinya ketidakstabilan harga atau perubahan harga yang ada pada pasar tersebut menjadi alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai “Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana dinamika harga pada pasar sentral Pinrang ?
- 1.2.2 Bagaimana aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali dalam penentuan harga di pasar sentral Pinrang ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui dinamika harga pada pasar sentral Pinrang
- 1.3.2 Untuk mengetahui aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali dalam penentuan harga di pasar sentral Pinrang.

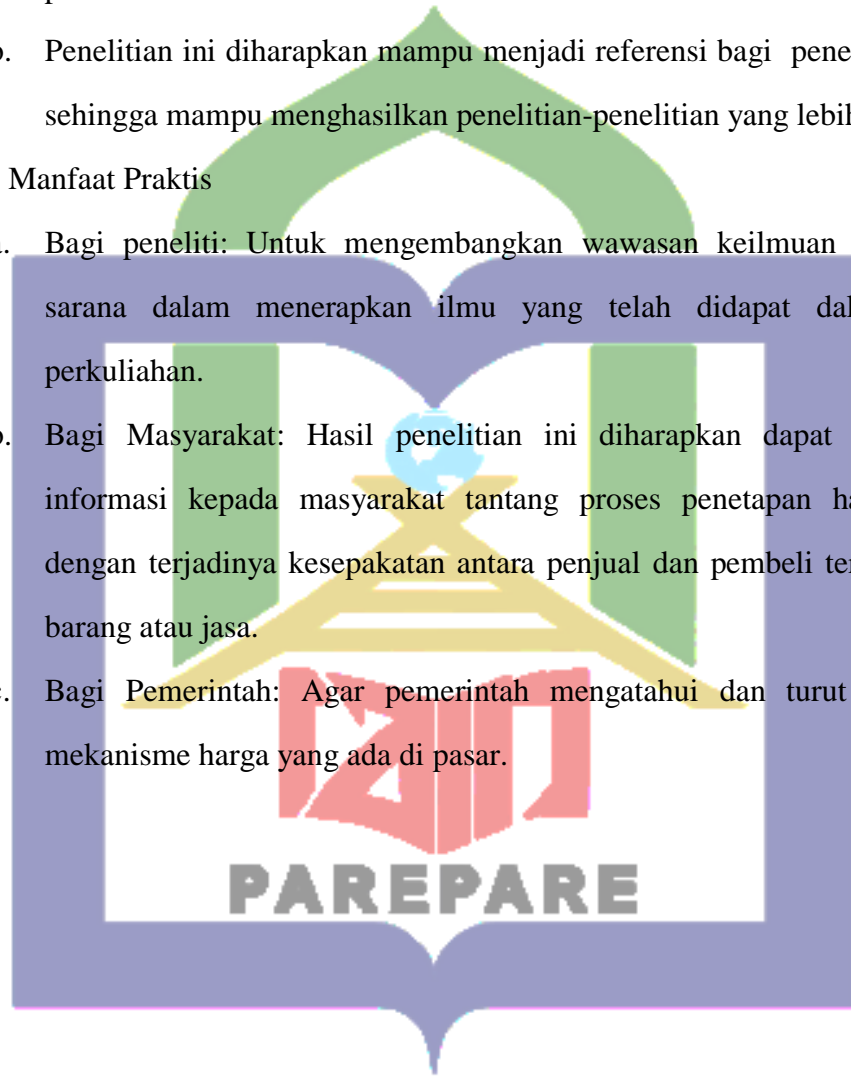
1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan teori tentang pemikiran Imam Al-Ghazali.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti: Untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang telah didapat dalam bangku perkuliahan.
- b. Bagi Masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang proses penetapan harga sampai dengan terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli terhadap suatu barang atau jasa.
- c. Bagi Pemerintah: Agar pemerintah mengetahui dan turut mengontrol mekanisme harga yang ada di pasar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sepanjang penelusuran yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan harga, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Suryawan pada tahun 2013 dengan judul *Pemikiran Ekonomi Imam Al-Ghozali Tentang Mekanisme Pasar Islami*. Peneliti menyimpulkan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali membahas tentang sejarah mekanisme pasar, etika perilaku pasar, mekanisme harga, aktifitas produksi, teori konsumsi, dan teori distribusi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pasar yang diidealkan dan diinginkan oleh Imam Al-Ghazali adalah pasar yang bebas dalam bingkai nilai dan moralitas islam, yaitu pasar yang bebas dan bersaing secara sehat Kompetitif dan tidak terdistorsi antara permintaan dan penawaran dan harus dilakukan rela sama rela.⁷

Adapun Penelitian yang dilakukan oleh Andi Bisyrani pada tahun 2015 dengan judul *Mekanisme Harga Pada Pasar Sentral Soppeng (Studi Pemikiran Ibnu Khaldun)* peneliti menyimpulkan bahwa pada penelitian yang dilakukan Andi Bisyrani lebih memfokuskan pada mekanisme harga, pada tokoh yang beraliran ekonomi islam yakni Ibnu Khaldun.⁸

Penelitian-penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yakni Pemikiran tentang Harga. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Suryawan tidak memfokuskan pada pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga.

⁷ Ahdi, *Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali*, <http://ahdi-popos.blogspot.co.id/2014/01/pemikiran-ekonomi-al-ghazali.html>. (Diakses pada tanggal 26 Mei 2016).

⁸ Andi Bisyrani, "*Mekanisme Harga Pada Pasar Sentral Soppeng (Studi Pemikiran Ibnu Khaldun)*", (Skripsi; Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam: Parepare, 2012).

Dimana, penelitian Rahmad Suryawan membahas tentang pemikiran Imam Al-Ghazali mengenai mekanisme pasar secara menyeluruh. Sedangkan penelitian yang dilakukan Andi Bisyrani membahas tentang Pemikiran Ibnu Khaldun mengenai mekanisme harga. Pada penelitian ini, penulis lebih memfokuskan tentang harga, pada tokoh yang beraliran ekonomi islam yakni Imam Al-Ghazali. Kemudian penulis melakukan analisis terhadap aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali terhadap kenyataan yang ada dilapangan atau pasar.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Pengertian Aktualisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) **Ak.tu.al** *a* 1 betul-betul ada (terjadi); sesungguhnya: *cerita itu diangkat dari kejadian yang--*; sedang menjadi pembicaraan orang banyak (tt peristiwa dsb); 3 baru saja terjadi; masih baru (tt peristiwa dsb); hangat: *berita--*;

Meng.ak.tu.al.kan *v* menjadi aktual; menjadikan betul-betul ada (terlaksana);

Peng.ak.tu.al.an *n* proses, cara, perbuatan mengaktualkan; aktualisasi

Ak.tu.a.li.sa.si *n* perihal mengaktualkan; pengaktualan: *kasus ini sudah sampai pada suatu – diri*;

-- **diri** *Man* tingkat kebutuhan manusia tertinggi, yang situasi dan kondisinya memberikan kesempatan dan kemungkinan untuk mengembangkan bakat dan karirnya;

Meng.ak.tu.a.li.sa.si *v* menjadi aktual;

Meng.ak.tu.a.li.sa.si.kan *v* mengaktualisasi;

Ter.ak.tu.a.li.sa.si.kan v dapat diaktualisasi.⁹

2.2.2 Teori Aktual

Dalam praktiknya, aktual memiliki beberapa makna antara lain: benar terjadi atau akan terjadi, sedang menjadi perhatian orang banyak dan merupakan berita hangat. Mengacu pada makna-makna aktual tadi, maka aktual berarti masalah atau pokok persoalan yang benar terjadi atau akan terjadi dan sedang menjadi pembicaraan orang banyak.

Aktual yang dibahas adalah yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Terjadi/akan terjadi

Isu yang terjadi adalah isu yang sedang terjadi atau sedang dalam proses, sedang hangat di bicarakan di kalangan masyarakat. Sedangkan isu yang akan terjadi adalah isu yang di perkirakan akan terjadi dalam waktu dekat.

2. Kekhalayakan

Isu yang mempunyai nilai kekhalayakan adalah isu yang secara langsung menyangkut orang banyak/pelanggan dan bukan hanya untuk kepentingan seseorang tertentu saja.

3. Problematik

Isu yang memiliki nilai problematik adalah isu yang menyimpang dari harapan, standar, ketentuan yang menimbulkan kegelisahan yang perlu segera di cari penyebab dan pemecahannya.

⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Ed IV (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 31-32.

4. Kelayakan

Kelayakan adalah isu yang logis, pantas, realistis dan dapat dibahas sesuai dengan tugas, hak, wewenang, dan tanggung jawab.¹⁰

2.2.3 Aktualisasi menurut Abraham Maslow

Aktualisasi menurut Abraham Maslow ada sembilan (9) poin, yaitu sebagai berikut:

1. Memusatkan diri pada realitas (*reality-centered*), yakni melihat sesuatu apa adanya dan mampu melihat persoalan secara jernih, bebas dari bias.
2. Memusatkan diri pada masalah (*problem-centered*), yakni melihat persoalan hidup sebagai sesuatu yang perlu dihadapi dan dipecahkan, bukan dihindari.
3. Spontanitas, menjalani kehidupan secara alami, mampu menjadi diri sendiri serta tidak berpura-pura.
4. Otonomi pribadi, memiliki rasa puas diri yang tinggi, cenderung menyukai kesendirian dan menikmati hubungan persahabatan dengan sedikit orang namun bersifat mendalam.
5. Penerimaan terhadap diri dan orang lain. Mereka memberi penilaian tinggi pada individualitas dan keunikan diri sendiri dan orang lain. Dengan kata lain orang-orang yang telah beraktualisasi diri lebih suka menerima anda apa adanya ketimbang berusaha mengubah anda.
6. Rasa humor yang “tidak agresif” (*unhostile*). Mereka lebih suka membuat lolucon yang menertawakan diri sendiri atau kondisi manusia secara umum (*ironi*), ketimbang menjadi orang lain sebagai bahan lawakan dan ejekan.

¹⁰ Pim3 angkatan 4, *Isu Aktual*, <http://pim3angkatan4.files.wordpress.com/2012/04/isu-aktualpim3.pdf> (Diakses pada tanggal 17 Juni 2016).

7. Kerendahatian dan menghargai orang lain (*humility and respect*)
8. Apresiasi yang segar (*freshness of appreciation*), yakni melihat sesuatu dengan sudut pandang yang orisinal, berbeda dari kebanyakan orang. Kualitas inilah yang membuat orang-orang yang telah beraktualisasi merupakan pribadi-pribadi yang kreatif dan mampu menciptakan sesuatu yang baru.
9. Memiliki pengalaman spiritual yang disebut *Peak Experience*.

NB: *Peak Experience* atau sering disebut juga pengalaman mistik adalah suatu kondisi saat seseorang (secara mental) merasa keluar dari dirinya sendiri, terbebas dari kungkungan tubuh kasarnya.

Pengalaman ini membuat kita merasa sangat kecil atau sangat besar, dan seolah-olah menyatu dengan alam semesta atau keabadian.

Ini bukanlah persoalan klenik atau takhayul, tetapi benar-benar ada dan menjadi kajian khusus dalam *Psikologi Transpersonal*, suatu (klaim) aliran keempat dalam ilmu psikologi setelah *psikoanalisis*, *behaviorisme*, dan *humanisme*.¹¹

2.2.4 Imam Al-Ghazali

Hujjatul Islam Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Tusi Al-Ghazali lahir di Tus, sebuah kota kecil di Khurasan, Iran, pada tahun 450 H (1058 M). Sejak kecil, Imam Al-Ghazali hidup dalam dunia tasawuf. Ia tumbuh dan berkembang dalam asuhan orang sufi, setelah ayahnya yang juga seorang sufi meninggal dunia.

Sejak muda, Al-Ghazali sangat antusias terhadap ilmu pengetahuan. Ia pertama-tama belajar bahasa Arab dan fiqih di kota Tus, kemudian pergi ke kota Jurjan untuk belajar dasar-dasar Usul Fiqih. Setelah kembali ke kota Tus selama

¹¹ Praswck, *Aktualisasi Diri Menurut Abraham Moslow*, <http://www.praswck.com/aktualisasi-diri-menurut-abraham-moslow>, (Diakses pada tanggal 03 November 2016).

beberapa waktu, ia pergi ke Naiabur untuk melanjutkan rihlah ilmiahnya. Di Kota ini, Al-Ghazali belajar kepada Al-Haramain Abu Al-Ma'Ali Al-Juwaini, sampai yang terakhir ini wafat pada tahun 478 H (1085 M).¹²

Sebagaimana para ilmuwan lain di zamannya, Al-Ghazali membahas permasalahan harga dan laba secara bersamaan tanpa membedakan antara biaya dan pendapatan. Seraya mengemukakan kecaman terhadap para pencari laba, ia mengakui motivasi mencari laba dan sumber-sumbernya. Ia menganggap laba sebagai imbalan atas resiko dan ketidakpastian., karena mereka (pedagang dan pelaku bisnis) menanggung banyak kesulitan dalam mencari laba dan mengambil resiko, serta membahayakan kehidupan mereka dalam kafilah-kafilah dagang.

Allah berfirman dalam Q.S An-Nisaa/04: 29 tentang bolehnya melakukan berdagang atau perniagaan, yaitu sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya:

“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.” (Q.S An-Nisaa/04: 29).

Seperti yang telah disinggung Al-Ghazali bersikap sangat kritis terhadap laba yang berlebihan. Menurutnya, jika seorang pembeli menawarkan harga “yang lebih tinggi” daripada “harga yang berlaku”, penjual harus menolaknya, karena laba akan

¹² Ir. H. Adiwarmarman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 314-315.

menjadi berlebihan walaupun itu bukanlah suatu kezaliman jika tidak ada penipuan di dalamnya. Berkaitan dengan hal ini, ia menyatakan bahwa laba normal seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 % dari harga barang. Lebih jauh ia menekankan bahwa penjual seharusnya didorong oleh “laba” yang akan diperoleh dari pasar yang “hakiki”, yakni akhirat.¹³

Al-Ghazali yang merupakan salah satu tokoh muslim yang sangat berpengaruh di kalangan umat islam. Karya-karyanya masih menjadi perbincangan hangat hingga saat sekarang. Sebenarnya beliau juga seorang ekonom. Karena banyak pemikiran-pemikiran ekonomi, yang hingga saat ini masih di kaji ekonom muslim kontemporer. Hal tersebut tak lain karena pemikirannya di bidang ekonomi yang cukup relevan untuk di aplikasikan di zaman sekarang.

Jauh sebelum orang meributkan tentang penetapan harga (*pricing*) suatu produk, Al-Ghazali telah memikirkannya sejak lama. Menurut Veithzal Rivai Imam Al-Ghazali sebagaimana ilmuwan muslim lainnya, dalam membicarakan harga selalu mengaitkan dengan keuntungan. Dia belum mengaitkan harga barang dengan pendapatan dan biaya-biaya. Bagi Al-Ghazali, keuntungan (*ribh*), merupakan kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis, dan ancaman keselamatan si pedagang.

Meskipun Al-Ghazali menyebutkan keuntungan dalam tulisannya, tetapi kita bisa paham bahwa yang di maksudkannya adalah harga. Artinya, harga bisa di pengaruhi keamanan perjalanan, resiko, dan sebagainya.

¹³ Ir. H. Adiwarmarman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 2 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 291-292.

Apabila di kaji menggunakan ilmu ekonomi moderen, keuntungan (*ribh*) termasuk dalam biaya produksi. Dimana biaya produksi akan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak bergantung pada banyak atau sedikitnya barang yang di produksi seorang produsen. Sedangkan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah dan tergantung pada banyaknya barang yang di produksi.

Dalam akuntansi biaya, di tambahkan satu lagi, yaitu biaya semi variabel. Biaya semi variabel merupakan biaya yang memperlihatkan baik karakter-karakter dan biaya tetap maupun biaya variabel. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya ini meningkat atau menurun sesuai dengan peningkatan atau penurunan aktivitas bisnis, namun tidak proporsional. Contoh biaya listrik, air, gas, bensin, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, pemikiran Imam Al-Ghazali apabila di korelasikan dengan ilmu ekonomi moderen sangat relevan. Karena, Al-Ghazali telah meletakkan pemikiran-pemikiran berkenaan dengan ilmu ekonomi moderen, yang hingga saat sekarang ini masih di pergunakan.

Jauh sebelum pemikiran ekonomi kontemporer mengemukakan tentang hukum permintaan dan penawaran, Al-Ghazali telah meletakkan landasan mengenai hukum permintaan dan penawaran. Menurut Adiwarmanto A Karim, beberapa paragraf dalam tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan.

Untuk kurva penawaran yang naik dari kiri bawah ke atas, beliau nyatakan sebagai berikut “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya akan di jual pada harga yang lebih murah.” Sementara untuk kurva permintaan yang turun dari

kiri atas ke kanan bawah, di jelaskan sebagai berikut: “harga dapat di turunkan dengan mengurangi permintaan.”

Hal tersebut menandakan bahwa Al-Ghazali telah paham akan hukum permintaan (*demand*) dan hukum penawaran (*supply*) yang menjadi senjata ampuh para ekonom masa kini. Hukum permintaan merupakan jumlah barang/jasa yang diminta dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga. Sedangkan hukum penawaran adalah jumlah barang/jasa yang di tawarkan pada berbagai tingkat harga.

Selain itu Veithzal Rivai mengemukakan bahwa beliau merupakan salah satu tokoh yang sangat paham betul tentang konsep elastisitas permintaan. Beliau menegaskan “mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah, akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.”

Bahkan, satu hal yang sangat mengejutkan, beliau telah mengidentifikasi makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang in-elastis. Komentarnya: “karena makanan adalah kebutuhan pokok, maka perdagangan makanan harus seminimal mungkin di dorong agar tidak semata-mata mencari keuntungan. Dalam bisnis makanan pokok harus di hindari eksploitasi berupa pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini seharusnya dicari dari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok.”

Menurut Al-Ghazali, konsep berdagang dalam islam adalah mencari keuntungan. Dari keuntungan tersebut, dapat di pergunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun Al-Ghazali tidak setuju dengan konsep berdagang dengan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya sebagaimana yang menjadi ajaran kapitalisme, yaitu mengorbankan modal yang sedikit dengan harapan dapat

keuntungan yang berlipat ganda. Walau hal itu bersifat eksploitasi terhadap lainnya, baik sesama manusia ataupun alam semesta.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Ali Imran/03: 130 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S. Ali Imran/03: 130)

Al-Ghazali menegaskan bahwa keuntungan bisnis yang akan di capai seorang pedagang ialah keuntungan dunia dan akhirat. Yang dimaksud keuntungan akhirat, pertama, harga yang di patok si penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal sehingga memberatkan konsumen. Kedua, berdagang adalah bagian dari realisasi ta’awun (tolong-menolong) yang di anjurkan islam. Pedagang mendapatkan untung sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhan yang di hajatkan. Ketiga, berdagang dengan mematuhi etika ekonomi islam merupakan aplikasi syariah dan di nilai sebagai ibadah.

1. Pertama

Harga yang di patok si penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal sehingga tidak memberatkan konsumen.

Bagi Al-Ghazali, larangan riba yang sering kali di pandang sama dengan bunga adalah mutlak. Terlepas dari alasan “dosa”, argumen lainnya yang menentang riba adalah kemungkinan terjadi eksploitasi ekonomi dan ketidakadilan dalam

transaksi. Namun, Al-Ghazali membahas transaksi selain pinjam-meminjam bunga mungkin timbul dalam bentuk yang terselubung.

Sebagaimana firmana Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah/02: 276 :

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾

Terjemahannya:

“Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.”
(Q.S. Al-Baqarah/02: 276)

Al-Ghazali, seperti halnya para ilmuwan muslim dan eropa, pada umumnya, mengasumsikan bahwa nilai suatu barang tidak terkait dengan berjalannya waktu. Dengan asumsi ini, ia beralasan bahwa terdapat dua cara dimana bunga dapat muncul dalam bentuk yang tersembunyi, yakni: pertama bunga dapat muncul jika ada pertukaran emas dengan emas, tepung dengan tepung, dan sebagainya, dengan jumlah yang berbeda atau dengan waktu penyerahan yang berbeda. Jika waktu penyerahannya tidak segera, dan ada permintaan untuk melebihi jumlah komoditi, kelebihan ini disebut riba *al-nash* (bunga yang timbul karena keterlambatan membayar atau keterlambatan penyerahan barang). Jika jumlah komoditas yang di pertukarkan tidak sama tetapi pertukaran terjadi secara simultan, kelebihan yang di berikan dalam pertukaran tersebut disebut riba *al-fadl* (bunga yang timbul karena kelebihan pembayaran). Menurut Al-Ghazali, kedua transaksi tersebut haram hukumnya. Jadi, agar kedua jenis riba ini tidak timbul, pertukaran harus dilakukan

dengan kuantitas yang sama dengan transfer kepemilikan harus simultan. Kalau tidak, bunga yang tersembunyi akan timbul.¹⁴

2. Kedua

Berdagang adalah bagian dari realisasi ta'awun (tolong-menolong) yang di anjurkan islam. Pedagang mendapatkan untung sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhan yang di hajatkan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT Q.S. Ali Imran/03: 160 :

إِن يَنْصُرْكُمُ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ وَإِن تَخْذَلْكُمْ فَمَن ذَا الَّذِي يَنْصُرُكُم مِّن بَعْدِهِ ۗ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ

Terjemahannya:

“Jika Allah menolong kamu, Maka tak adalah orang yang dapat mengalahkan kamu; jika Allah membiarkan kamu (tidak memberi pertolongan), Maka siapakah gerangan yang dapat menolong kamu (selain) dari Allah sesudah itu? karena itu hendaklah kepada Allah saja orang-orang mukmin bertawakkal.” (Q.S. Ali Imran/03: 160)

Dalam pandangan Al-Ghazali, pasar harus berjalan dengan bebas dan bersih dari segala bentuk penipuan. Perilaku dari pelaku pasar harus mencerminkan kebajikan, yakni memberikan suatu tambahan di samping keuntungan material bagi orang lain dalam bertransaksi. Tambahan ini bukan merupakan kewajiban, tetapi hanya merupakan kebajikan. Ia kemudian menjabarkan beberapa panduan menyangkut pengalaman kebajikan ini di pasar, seperti bersikap lunak ketika berhubungan dengan orang miskin dan fleksibel dalam transaksi utang, bahkan

¹⁴ Ir. H. Adiwarman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet Pertama (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 333-340.

membebaskan utang orang-orang miskin tertentu. Sebagaimana firman Allah SWT Q.S. Al-Baqarah/02: 280 :

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٨٠﴾

Terjemahannya:

“dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.” (Q.S. Al-Baqarah/02: 280)

3. Ketiga

Berdagang dengan mematuhi etika ekonomi islam merupakan aplikasi syariah dan di nilai sebagai ibadah.

Dalam pandangan Al-Ghazali, pasar harus berfungsi berdasarkan etika dan moral para pelakunya. Secara khusus, ia memperingatkan larangan mengambil keuntungan dengan cara menimbun makanan dan barang-barang kebutuhan dasar lainnya. Penimbunan barang merupakan kezaliman yang besar, terutama di saat-saat terjadi kelangkaan, dan para pelakunya harus di kutuk.

Ia menganggap iklan palsu sebagai salah satu kejahatan pasar yang dilarang. Lebih jauh, ia memperingatkan para pedagang agar tidak memberikan informasi yang salah mengenai berat, jumlah atau harga barang penjualannya. Pemberian informasi yang salah tersebut merupakan bentuk penipuan yang harus dilarang keras. Iklan-iklan yang bersifat informative dan tidak berlebihan dapat di terima. Namun demikian, menurut Al-Ghazali, menunjukkan kualitas yang sudah nyata dari suatu barang merupakan suatu kemubaziran. Ia sangat menekankan kebenaran dan

kejujuran dalam bisnis. Oleh karena itu, ia mengutuk praktik-praktik pemalsuan, penipuan dalam mutu barang dan pemasaran, serta pengendalian pasar melalui perjanjian rahasia dan manipulasi harga.¹⁵

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Ali Imran/03: 54 :

وَمَكْرُوا وَمَكَرَ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينَ

ahannyaTerjem:

“orang-orang kafir itu membuat tipu daya, dan Allah membalas tipu daya mereka itu. dan Allah Sebaik-baik pembalas tipu daya.” (Q.S. Ali Imran/03: 54)

Dari ketiga unsur mencari keuntungan dunia dan akhirat diatas tersebut artinya, Al-Ghazali memberikan pesan kepada kita bahwa antara pedagang atau pembisnis dengan konsumen dilarang saling zolim-menzolimi. Sehingga si pedagang atau pembisnis akan mendapatkan keuntungan tanpa harus menipu konsumen. Pun begitu sebaliknya, konsumen akan mendapatkan benda atau jasa yang di inginkan tanpa harus tertipu sedikit pun oleh pedagang atau pembisnis.¹⁶

2.2.5 Harga (Price)

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran atau marketing mix (4p= *product, price, place, promotion* atau produk, harga, distribusi, dan promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

¹⁵ Ir. H. Adiwarmman Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, h. 327-328.

¹⁶ M. Suara Karya, *Konsep Harga Menurut Al-Ghazali*, <http://m.suarakarya.id/2015/10/23/konsep-harga-menurut-al-ghazali.html>, (Diakses pada tanggal 01 November 2016).

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di peroleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.¹⁷

Menurut Marius (1999 : 24) Harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk.

Harga merupakan variabel dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Andrian Payne (2000 : 171) harga dibuat dengan menambah persentasi *mark-up* pada biaya atas manfaat-manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa dan produk.

Sedangkan menurut Kotler (2001 : 439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan definisi harga diatas maka dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.¹⁸

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Jika harga di tentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan akan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya

¹⁷ Coecoesm, *Strategi Penetapan Harga*, <http://coecoesm.wordpress.com/2011/10/31/strategi-penetapan-harga-2>, (Diakses pada tanggal 02 November 2016).

¹⁸ Wiki Medya, *Pengertian Harga (Price)*, <http://wikimedya.blogspot.co.id/2009/11/pengertian-harga-price.html>, (Diakses pada tanggal 15 september 2016).

perusahaan akan menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

Disisi lain harga juga memiliki beberapa fungsi bagi pedagang atau perusahaan maupun pembeli atau konsumen. Pertama, sumber pendapatan dan atau keuntungan perusahaan untuk mencapai tujuan produsen (harga di atas biaya-biaya produk memberikan keuntungan bagi perusahaan). Kedua, pengendali tingkat permintaan dan penawaran (terutama bila bersifat elastic, permintaan akan meningkat jika harga turun dan sebaliknya). Ketiga, mempengaruhi program pemasaran dan fungsi-fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan. Harga dapat berperan sebagai pengaruh terhadap aspek produk (pergeseran orientasi, kualitas, atau citra produk), distribusi (mengendalikan intensitas distribusi), atau promosi (diskon, obral, hadiah, dsb). Dan yang keempat, mempengaruhi perilaku konsumsi dan pendapatan masyarakat (harga rendah dapat meningkatkan konsumsi masyarakat dan upah yang tinggi bagi jasa masyarakat akan mempengaruhi perilaku konsumsinya).¹⁹

1. Penetapan harga *mark-up*

Metode penetapan harga yang dipandang paling sederhana dan yang paling banyak digunakan adalah dengan menambahkan sejumlah kenaikan (*mark-up*) pada biaya produk. Metode semacam ini disebut metode penetapan harga *mark-up* (*mark-up pricing*) atau *cost-plus* (*cost-plus pricing*). *Mark-up* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual.

¹⁹ Coecoem, *Strategi Penetapan Harga*, (Diakses pada tanggal 02 November 2016).

Mark-up biasanya lebih tinggi untuk barang musiman, barang-barang khusus, barang-barang yang pergerakannya lambat, (untuk menutup resiko barang tidak terjual) barang dengan biaya penanganan dan penyimpanan tinggi, dan barang yang in-elastis terhadap permintaan.

Mark-up tersebut di tetapkan dengan maksud untuk menutup biaya *overhead* (biaya tidak langsung) dan laba bagi perusahaan. Dengan demikian akan kita dapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual (lihat rumus sebagai berikut).

Harga jual= Biaya produk + Mark-up

Harga jual= Biaya produk + (% x Biaya produk).²⁰

2. Penetapan harga berdasarkan pengembalian yang diharapkan

Pada penetapan harga tingkat pengembalian sasaran (*target-return pricing*) perusahaan dapat menentukan harga jual yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sarannya (*return on investment*).

Dua faktor utama untuk dapat dilaksanakannya prosedur tersebut adalah:

- a) Estimasi permintaan;
- b) Penggunaan fasilitas;

Adapun metode yang dipakai untuk menentukan harga setiap produknya dapat ditunjukkan seperti produk X yang telah disebutkan di muka.

Misalnya, diketahui bahwa:

- a) Kapasitas pabrik= 100.000 unit
- b) Kapasitas yang di harapkan dapat di capai adalah 70%,

²⁰ Vianisilv, *Manajemen Pemasaran Lanjutan Mengembangkan Strategi dan Program Penetapan Harga*, <http://vianisilv.wordpress.com/2014/11/06/manajemen-pemasaran-lanjutan-mengembangkan-strategi-dan-program-penetapan-harga/>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2016).

Maka perusahaan harus memperkirakan bahwa permintaannya paling tidak sebesar 70.000 unit (atau 70% x 100.000 unit).

Kemudian tahap selanjutnya adalah menambahkan margin keuntungan pada biaya tersebut sehingga pengembalian investasi yang telah direncanakan dapat dicapai. Jika diketahui bahwa:

- a) Pengembalian sesuai pajak= 14% (yang diharapkan)
- b) Investasinya= Rp 250.000.000,00 (untuk persediaan dan fasilitas)
- c) Pajak= 50%
- d) Jumlah unit yang akan di jual= 70.000 unit

Maka untuk menetapkan harga jualnya kita harus menentukan dulu jumlah labanya (50% kena pajak dan sebagian lainnya untuk menutup investasi) dengan perhitungan sebagai berikut:

Pengembalian investasi= 14% x Rp 250.000.000,00= Rp 35.000.000,00

Bagian laba yang dikenakan pajak dan yang dipakai untuk menutup investasi= $100/50$ x Rp 35.000.000,00= Rp 70.000.000,00

Biaya total= 70.000 unit x Rp 3.214,00= Rp 224.980.000,00

Penghasilan total= Rp 70.000.000,00 + Rp 224.980.000,00= Rp 294.980.000,00

Jadi, harga jual per unitnya minimal= Rp 294.980.000,00 : 70.000= Rp 4.214,00

Untuk menghitung tingkat pengembalian investasi tersebut jika dapat menggunakan prosedur sebagai berikut.

Jadi ditetapkan harga jual untuk produk X sebesar 5.214,00 maka pengembalian investasinya adalah sebesar Rp 69.860.000,00. Jika dinyatakan dalam persentase, tingkat pengembaliannya pada investasi (*return on investment*) adalah:

Jadi, sekarang tingkat pengembalian investasinya dapat ditingkatkan dari 14% menjadi 28%. Ini berarti akan semakin cepat kembalinya dana yang di unvestasikan. Adapun berbagai masalah yang dihadapi dalam *rate of return pricing* ini adalah:

Pengestimasian penjualan yang dipakai untuk menentukan harga meskipun jumlah unit yang terjual itu sendiri merupakan fungsi harga.

Rate of return pricing ini dapat menimbulkan fluktuasi dalam keuntungan karena jumlah penghasilan yang diterima langsung dipengaruhi oleh estimasi penjualan.²¹

3. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan

Metode ini melihat persepsi nilai pembeli, bukan biaya penjualan, sebagai kunci untuk penetapan harga (*market based pricing* bukan *cost based pricing*). Mereka menggunakan berbagai variabel non harga dalam bauran pemasaran untuk membentuk nilai yang di persepsikan dalam pikiran pembeli. Dalam hal ini perusahaan harus mampu menunjukkan pelanggan mengapa produknya lebih mahal daripada produk lain yang sama sehingga pelanggan puas membeli produknya karena yakin produk tersebut memiliki nilai tambah dibanding produk lainnya.²²

4. Penetapan harga nilai

Dalam tahun-tahun terakhir ini, beberapa perusahaan menerapkan penetapan harga nilai (*value pricing*), yaitu mereka menetapkan harga yang cukup rendah untuk tawaran yang bermutu tinggi. Penetapan harga nilai menyatakan bahwa harga harus menggambarkan tawaran yang bernilai tinggi bagi konsumen.

²¹ Vianisilv, *Manajemen Pemasaran Lanjutan Mengembangkan Strategi dan Program Penetapan Harga*, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2016).

²² Artikel baden, *Merancang Strategi dan Program*, <http://artikelbaden.blogspot.co.id/2012/06/merancang-strategi-dan-program.html>, (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016).

Sebenarnya penetapan harga nilai bukan sekedar menetapkan harga yang lebih rendah untuk produk suatu perusahaan dibandingkan pesaing. Hal itu merupakan rekayasa ulang operasi perusahaan supaya benar-benar menjadi produsen yang berbiaya rendah tanpa mengorbankan mutu, serta menurunkan harga secara berarti untuk menarik sejumlah besar pelanggan secara sadar.

Salah satu jenis penetapan harga nilai yang penting adalah penetapan harga murah setiap hari (*everyday low pricing EDLP*), yang terjadi di tingkat eceran. Selain itu ada jenis penetapan harga nilai lainnya yaitu penetapan harga tinggi-rendah (*high-low pricing*). Banyak orang yang menemukan bahwa kunci untuk menarik pelanggan pada saat era persaingan yang semakin memuncak adalah dengan menggunakan kombinasi strategi penetapan harga tinggi-rendah dan *EDLP*, dengan iklan dan promosi yang di tingkatkan.²³

5. Penetapan harga penawaran tertutup

Penetapan harga yang kompetitif umumnya digunakan jika perusahaan mengikuti tender tertutup atas suatu proyek. Perusahaan menentukan harga berdasarkan pemikirannya tentang bagaimana pesaing akan menetapkan harga dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku dengan biaya atau permintaan perusahaan. Perusahaan ingin memenangkan kontrak tersebut, dan untuk itu perusahaan harus memberikan harga yang lebih rendah di bandingkan para pesaing. Tetapi pada saat yang sama, perusahaan tidak dapat menetapkan harga di bawah biayanya tanpa membahayakan posisinya sendiri.²⁴

²³ Artikel badan, *Merancang Strategi dan Program*, (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016).

²⁴ Artikel badan, *Merancang Strategi dan Program*, (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016).

2.2.6 Peranan Harga

Menurut Prof Michael Laric dalam buku *marketing strategy and management*, Michael J Baker, Emeritus Proffesor of marketing, strathclyde university, England, peranan harga dalam bauran pemasaran bahwa peranan harga cenderung meningkat apabila kondisi-kondisi sebagai berikut terjadi:

1. Produk tersebut pertama kali di terjunkan ke pasar
2. Dikaitkan dengan tujuan perusahaan
3. Perusahaan kompetitor melakukan penurunan harga
4. Adanya produk baru yang dihasilkan oleh pengembangan teknologi baru yang bersifat substitusi

Disamping itu menurut Prof Michael J Baker, harga memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran karena:

1. Elastitas harga lebih besar pengarug terhadap permintaan di bandingkan dengan elastitas elemen marketing mix lainnya
2. Perubahan harga sangat mempengaruhi perubahan jumlah penjualan
3. Pelaksanaan perubahan harga jauh lebih mudah dibandingkan dengan rencana perubahan strategi produk atau promosi
4. Reaksi perusahaan saingan terhadap perubahan harga biasanya lebih cepat dan sensitif
5. Dalam melaksanakan *implementasi* harga tidak memerlukan investasi modal

Harga suatu produk sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor eksternal (resesi ekonomi dan inflasi, peningkatan suhu persaingan, kejenuhan pasar atau kelebihan

jumlah pasokan, muncul perusahaan kompetitor baru, dan meningkatnya konsumerisme).²⁵

2.2.7 Persepsi Harga

Price perception berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan di dapatkan dari produk atau jasa (Zeithaml, 1988). Merek memainkan peranan yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dan mengidentifikasi kondisi dalam proses tersebut (Cravens & Nigel, 2003). Peranan merek terhadap kualitas produk atau jasa adalah merek bukan hanya sebuah simbol, namun merek juga dapat memberikan arti bahwa produk tersebut mempunyai nilai atau kualitas tertentu (Pepadri, 2002). Merek adalah nama atau sebuah simbol yang di asosiasikan dengan suatu produk atau jasa dan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi. Merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam sebuah produk atau kemasannya, tetapi apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen mengasosiasikannya. Pada perkembangan selanjutnya merek adalah sebuah nama yang di anggap mewakili sebuah obyek, dianggap sebagai sebuah simbol kemudian menjadi *image*. Pada akhirnya merek bukan apa yang dibuat di pabrik, tercetak di sebuah kemasan atau apa yang di inginkan oleh pemasar, tetapi apayang ada dalam pikiran konsumen (Susanto, 2008). Sebuah nilai dianggap sebagai bukan nilai kecuali apabila hal itu telah dirasakan menjadi satu. Tidak peduli seberapa

²⁵ Cecep Lukmana, *Pengaruh Konsep dan Peranan Harga*, <http://ceceplukmana.blogspot.co.id/2016/01/pengaruh-konsep-dan-peranan-harga.html>, (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016).

nyata sebuah nilai akan dianggap bukan nilai hingga nilai telah dirasakan (Bono & Heller, 2006). *Perceived value* didasarkan pada evaluasi konsumen terhadap produk dan jasa. Konsumen menekankan bahwa keuntungan yang di terima dari suatu produk atau jasa merupakan komponen yang penting dalam *value*. *Value* juga merupakan kualitas yang di terima konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan (Zeithaml, 1988). Minat konsumen adalah keinginan yang timbul dari proses pengaktifan ingatan sebagai sebuah rencana yang tersimpan. Keinginan konsumen untuk membeli ulang suatu produk didasarkan pada kepercayaan dan nilai yang berkaitan dengan tindakan membeli atau menggunakan produk tersebut. Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen dimana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi dimasa akan datang. Hal ini didukung oleh pernyataan Anoraga (2000) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembeli yang didasarkan atas pengalaman pembeli yang telah dilakukan dimasa lalu.²⁶

2.2.8 Kualitas Pelayanan

Berikut ini beberapa defenisi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh beberapa tokoh. Defenisi-defenisi tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan menurut J Supranto

Menurut Supranto, kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan di lakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengonsumsi produk atau jasa suatu perusahaan.

²⁶ Pustaka Bakul, *Pengertian Persepsi Harga dan Hubungan*, <http://pustakabakul.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-persepsi-harga-dan-hubungan.html>, (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2016).

2. Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan. Menurut Tjiptono, defenisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Ketepatan waktu pelayanan, termasuk di dalamnya waktu waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran
- b) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi
- c) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan
- d) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk
- e) Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya

3. Kualitas pelayanan menurut Wyckof

Menurut Wyckof, kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat keunggulan yang di harapkan, serta berkaitan dengan hal itu adalah tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Wyckof melihat kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari

persepsi orang yang menerima pelayanan. Hal ini karena konsumen yang merasakan dan mengkonsumsi pelayanan yang di berikan tersebut, sehingga konsumen mampu menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Dengan demikian maka kualitas pelayanan yang baik maupun buruk tergantung pada konsistensi kemampuan produsen dalam memenuhi harapan para konsumennya.

4. Kualitas pelayanan menurut Ratminto dan Atik

Menurut Ratminto dan Atik, tolak ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin di penihi agar diperoleh kepuasan.

5. Kualitas pelayanan menurut Philip Kotler

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat di lakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan

karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.²⁷

2.3 Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang, dan untuk lebih memahami maksud dari penelitian tersebut maka peneliti akan memberikan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut, yakni:

1. Aktualisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) **Ak.tu.al** a 1 betul-betul ada (terjadi); sesungguhnya: *cerita itu diangkat dari kejadian yang--*; sedang menjadi pembicaraan orang banyak (tt peristiwa dsb); 3 baru saja terjadi; masih baru (tt peristiwa dsb); hangat: *berita--*;

Meng.ak.tu.al.kan v menjadi aktual; menjadikan betul-betul ada (terlaksana);

Peng.ak.tu.al.an n proses, cara, perbuatan mengaktualkan; aktualisasi

Ak.tu.a.li.sa.si n perihal mengaktualkan; pengaktualan: *kasus ini sudah sampai pada suatu – diri*;

-- **diri** Man tingkat kebutuhan manusia tertinggi, yang situasi dan kondisinya memberikan kesempatan dan kemungkinan untuk mengembangkan bakat dan karirnya;

Meng.ak.tu.a.li.sa.si v menjadi aktual;

Meng.ak.tu.a.li.sa.si.kan v mengaktualisasi;

Ter.ak.tu.a.li.sa.si.kan v dapat diaktualisasi.²⁸

²⁷ Ciputrauceo, Kualitas Pelayanan Dimensi dan Cara Mengukurnya, <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya>, (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

Sedangkan dalam praktiknya, aktual memiliki beberapa makna antara lain: benar terjadi atau akan terjadi, sedang menjadi perhatian orang banyak dan merupakan berita hangat. Mengacu pada makna-makna aktual tadi, maka aktual berarti masalah atau pokok persoalan yang benar terjadi atau akan terjadi dan sedang menjadi pembicaraan orang banyak.

Aktual yang dibahas adalah yang memenuhi kriteria, yaitu terjadi atau akan terjadi, kekhayalan, problematik, dan kelayakan.²⁹

2. Harga (*Price*)

Menurut Marius (1999 : 24) Harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk.

Harga merupakan variabel dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Andrian Payne (2000 : 171) harga dibuat dengan menambah persentasi *mark-up* pada biaya atas manfaat-manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa dan produk.

Sedangkan menurut Kotler (2001 : 439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan definisi harga diatas maka dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.³⁰

²⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, h.31-32.

²⁹ Pim3 angkatan 4, *Isu Aktual*, (Diakses pada tanggal 17 Juni 2016).

³⁰ Wiki Medya, *Pengertian Harga (Price)*, (Diakses pada tanggal 15 September 2016).

3. Pasar

Pasar adalah tempat atau keadaan dimana para pembeli dan penjual membeli serta menjual barang, jasa, dan sumber daya.³¹ Adapun fungsi pasar itu sendiri mengandung sekurang-kurangnya tiga fungsi, pertama, pasar berfungsi sebagai penentu nilai. Yang dimaksud dengan perkataan nilai disini tentu saja adalah nilai produk yang di perdagangkan. Kedua, pasar mengorganisasikan produksi. Ketiga, pasar mendistribusikan produk.³² Jadi pasar juga berfungsi mendistribusikan produk yang akan di jual.

4. Pemikiran

Pemikiran dapat di artikan sebagai sebuah cara yakni hasil kerja berfikir yang mendalam atau dengan banyak pertimbangan.³³ Dengan demikian pemikiran juga berarti sebagai hasil sebuah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk melahirkan ide-ide pemikirannya terhadap sesuatu yang ia pikirkan. Tentunya hasil pemikiran tersebut dimulai dari upaya-upaya seperti pembelajaran, pengamatan, perbandingan, dan pengalaman.

5. Imam Al-Ghazali

Hujjatul Islam Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Tusi Al-Ghazali lahir di Tus, sebuah kota kecil di Khurasan, Iran, pada tahun 450 H (1058 M). Sejak kecil, Imam Al-Ghazali hidup dalam dunia tasawuf. Ia tumbuh dan berkembang dalam asuhan orang sufi, setelah ayahnya yang juga seorang sufi meninggal dunia.

³¹ Schaum's Outlines, *Mikroekonomi*, Ed.IV (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 2.

³² Suherman Rosyidin, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro)*, Ed. Baru, (Cet. III; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,1999), h. 364.

³³ Badudu et al., eds., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,1994), h. 1060.

Sejak muda, Al-Ghazali sangat antusias terhadap ilmu pengetahuan. Ia pertama-tama belajar bahasa Arab dan fiqih di kota Tus, kemudian pergi ke kota Jurjan untuk belajar dasar-dasar Usul Fiqih. Setelah kembali ke kota Tus selama beberapa waktu, ia pergi ke Naiabur untuk melanjutkan rihlah ilmiahnya. Di Kota ini, Al-Ghazali belajar kepada Al-Haramain Abu Al-Ma'Ali Al-Juwaini, sampai yang terakhir ini wafat pada tahun 478 H (1085 M).³⁴

Sebagaimana para ilmuwan lain di zamannya, Al-Ghazali membahas permasalahan harga dan laba secara bersamaan tanpa membedakan antara biaya dan pendapatan. Seraya mengemukakan kecaman terhadap para pencari laba, ia mengakui motivasi mencari laba dan sumber-sumbernya. Ia menganggap laba sebagai imbalan atas risiko dan ketidakpastian., karena mereka (pedagang dan pelaku bisnis) menanggung banyak kesulitan dalam mencari laba dan mengambil risiko, serta membahayakan kehidupan mereka dalam kafilah-kafilah dagang.

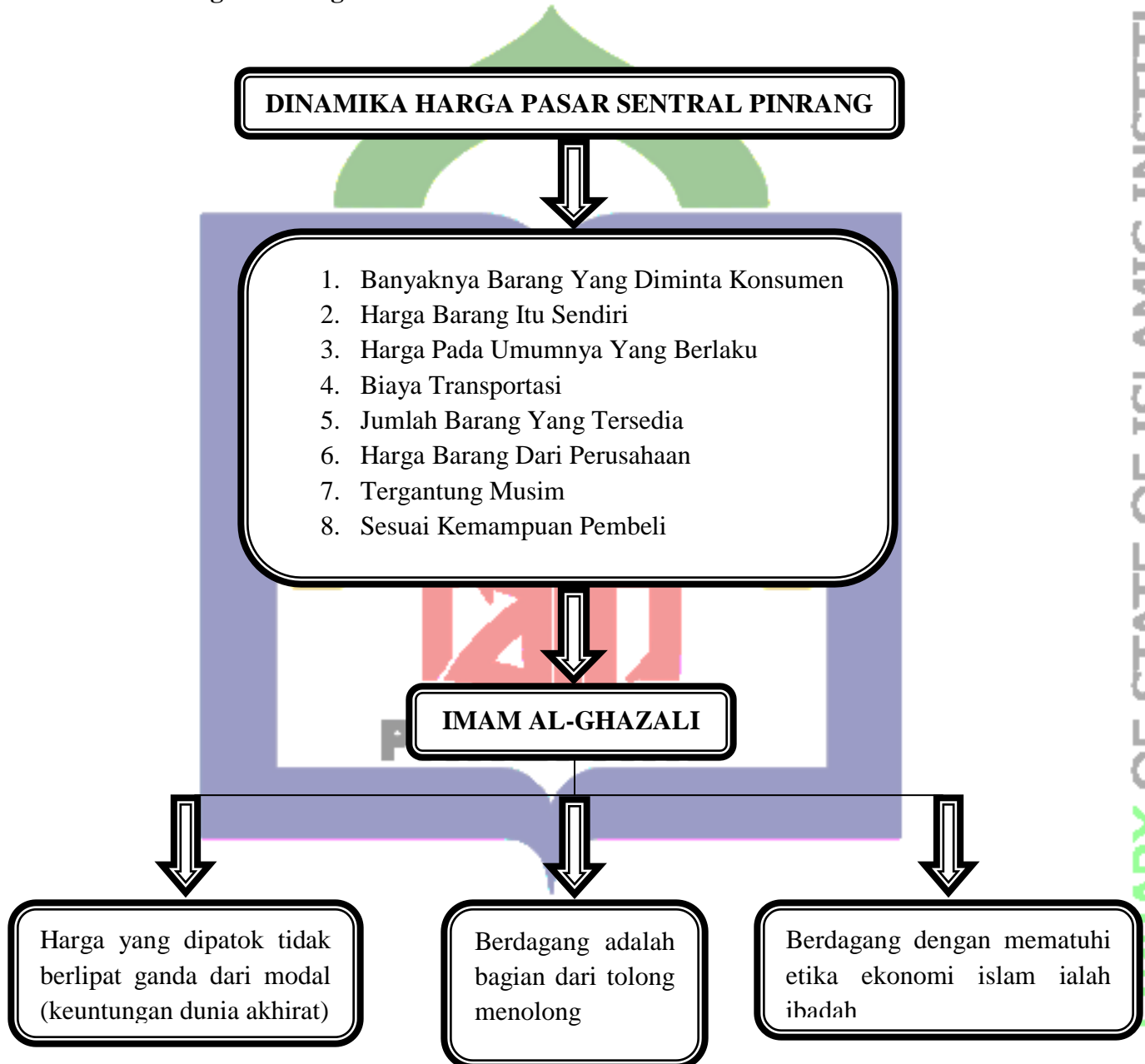
Seperti yang telah disinggung Al-Ghazali bersikap sangat kritis terhadap laba yang berlebihan. Menurutnya, jika seorang pembeli menawarkan harga “yang lebih tinggi” daripada “harga yang berlaku”, penjual harus menolaknya, karena laba akan menjadi berlebihan walaupun itu bukanlah suatu kezaliman jika tidak ada penipuan di dalamnya. Berkaitan dengan hal ini, ia menyatakan bahwa laba normal seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 % dari harga barang. Lebih jauh ia menekankan bahwa penjual seharusnya didorong oleh “laba” yang akan diperoleh dari pasar yang “hakiki”, yakni akhirat.

Berdasarkan pengertian di atas yang dimaksud dari penulis pada judul ini yaitu sistem penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang di pasar sentral

³⁴ Ir. H. Adiwarmanto Aswar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, h. 314-315.

Pinrang dengan membandingkan dengan pemikiran Imam Al-Ghazali , apakah penetapan harga yang di tetapkan oleh para pedagang tersebut merupakan bentuk reasisasi dari pemikiran Imam Al-Ghazali atau tidak.

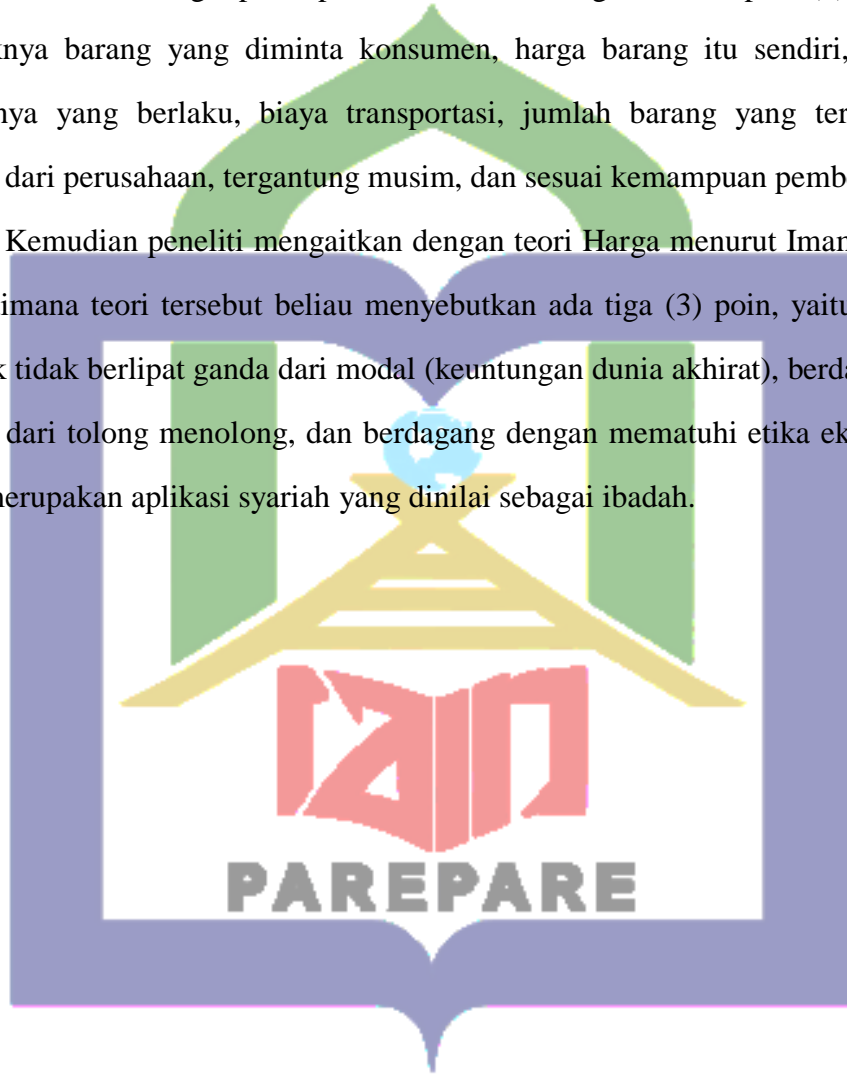
2.4 Bangan Kerangka Pikir



Berdasarkan bagan kerangka pikir di atas, maka peneliti akan menjelaskan bagaimana landasan sistematika dalam berpikir dan menguraikan masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Dinamika harga pada pasar sentral Pinrang ada delapan (8) poin, yaitu banyaknya barang yang diminta konsumen, harga barang itu sendiri, harga pada umumnya yang berlaku, biaya transportasi, jumlah barang yang tersedia, harga barang dari perusahaan, tergantung musim, dan sesuai kemampuan pembeli.

Kemudian peneliti mengaitkan dengan teori Harga menurut Imam Al-Ghazali yang dimana teori tersebut beliau menyebutkan ada tiga (3) poin, yaitu harga yang dipatok tidak berlipat ganda dari modal (keuntungan dunia akhirat), berdagang adalah bagian dari tolong menolong, dan berdagang dengan mematuhi etika ekonomi islam yang merupakan aplikasi syariah yang dinilai sebagai ibadah.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal, yaitu: jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.³⁵ Maka diuraikan sebagai berikut:

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan ini karena beberapa pertimbangan yaitu *pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan-kenyataan, *kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden, dan *ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.³⁶ Penelitian dengan pendekatan ini hanya menggambarkan tentang keadaan yang terjadi di lapangan atau di lokasi penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu Di Jln. A.Makkasau, Kecamatan Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan.

³⁵ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi), Edisi Revisi (Parepare; STAIN Parepare,2013), h.34

³⁶ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.5

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dinamika harga di pasar Sentral Kabupaten Pinrang, dimana studi ini membahas tentang hubungan pemikiran Imam Al-Ghazali mengenai aktualisasi mekanisme harga yang terjadi di pasar Sentral Kabupaten Pinrang.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Sumber data dalam skripsi ini terdiri dari data *primer* dan data *sekunder*. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti.³⁷ Adapun data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lokasi penelitian. Sedangkan data *sekunder* yaitu data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, dan disertasi.³⁸ Teknik yang digunakan dalam memperoleh informasi yaitu menentukan jumlah narasumber yang akan diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan yang biasa disebut dengan teknik *purposive sampling*. Narasumber tersebut terdiri dari para pedagang yang ada di pasar Sentral Kabupaten Pinrang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini antara lain teknik *library research*: teknik ini digunakan karena pada dasarnya setiap penelitian memerlukan bahan yang bersumber dari perpustakaan.³⁹ Seperti halnya yang

³⁷ Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Ed. I (Cet.III; Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2007), h.55

³⁸ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106

³⁹ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (Cet. IX; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h. 145

dilakukan oleh peneliti, peneliti membutuhkan buku-buku, karya ilmiah dan berbagai literatur yang terkait dengan judul dan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Sedangkan teknik *field research*: teknik ini merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang memuat apa yang dilihat, didengar, dialami dan dipikirkan peneliti pada saat melakukan penelitian di lapangan.⁴⁰ Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui penelitian lapangan ini yakni sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam hal ini, peneliti terjun langsung di lokasi penelitian untuk mengamati masalah-masalah yang berkaitan dengan apa yang menjadi permasalahan peneliti yaitu mengenai dinamika harga.

3.5.2 Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.⁴¹ Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, yaitu kepada para narasumber yang telah ditentukan oleh peneliti, seperti ibu Hj. Lela selaku penjual baju, H. Basri selaku penjual Al-Qur'an, ibu Basari selaku penjual buah-buahan, pak Dullah selaku grosir pakaian, mama Ecce selaku penjual ayam, mama Sana selaku penjual kue, dan H. Rusli selaku penjual perlengkapan alat sholat.

⁴⁰ Sudawarwan Damim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), hal. 164

⁴¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta; PT Rineka Cipta, 2008), h.158

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta cacatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.⁴² Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah diperoleh adalah teknik *triangulasi*. Teknik *triangulasi* ini lebih banyak menggunakan metode alam mikro, yaitu bagaimana menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam sebuah penelitian, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penelitian. Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.⁴³ Adapun tahap-tahap yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

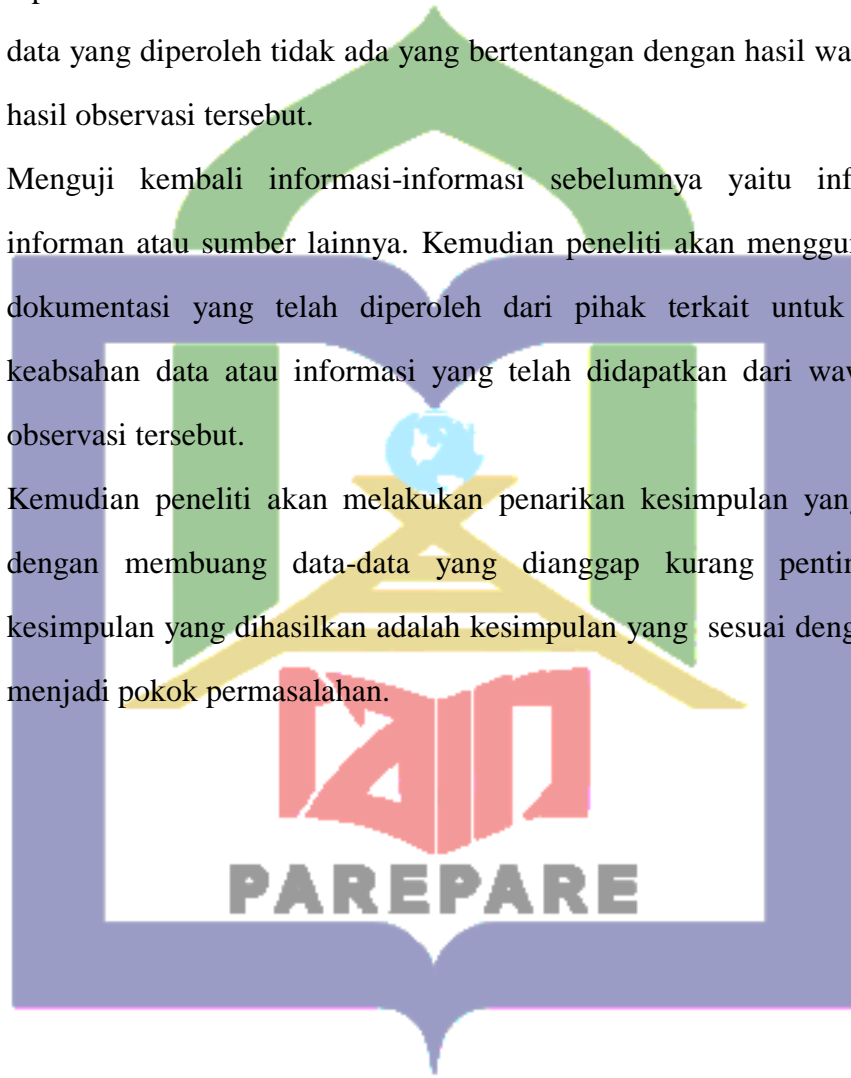
3.6.1 Peneliti akan melakukan wawancara kepada informan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Selain itu peneliti juga melakukan observasi untuk mengumpulkan data yang lebih banyak

⁴² Mansyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)*, (Jakarta: Revika Aditama: 2008), h. 30

⁴³ Burhan Banguin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Cet. VIII, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012)*, h. 203

tentang permasalahan tersebut. Kemudian data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi tersebut dikumpulkan dan dianalisis.

- 3.6.2 Selanjutnya, peneliti akan melakukan uji silang terhadap data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan hasil observasi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh tidak ada yang bertentangan dengan hasil wawancara dan hasil observasi tersebut.
- 3.6.3 Menguji kembali informasi-informasi sebelumnya yaitu informasi dari informan atau sumber lainnya. Kemudian peneliti akan menggunakan bahan dokumentasi yang telah diperoleh dari pihak terkait untuk mengoreksi keabsahan data atau informasi yang telah didapatkan dari wawancara dan observasi tersebut.
- 3.6.4 Kemudian peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan yang digunakan dengan membuang data-data yang dianggap kurang penting sehingga kesimpulan yang dihasilkan adalah kesimpulan yang sesuai dengan apa yang menjadi pokok permasalahan.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kantor UPT Pasar Sentral Kabupaten Pinrang

Visi dan Misi Kantor UPT Pasar Sentral Kabupaten Pinrang, yaitu sebagai berikut:

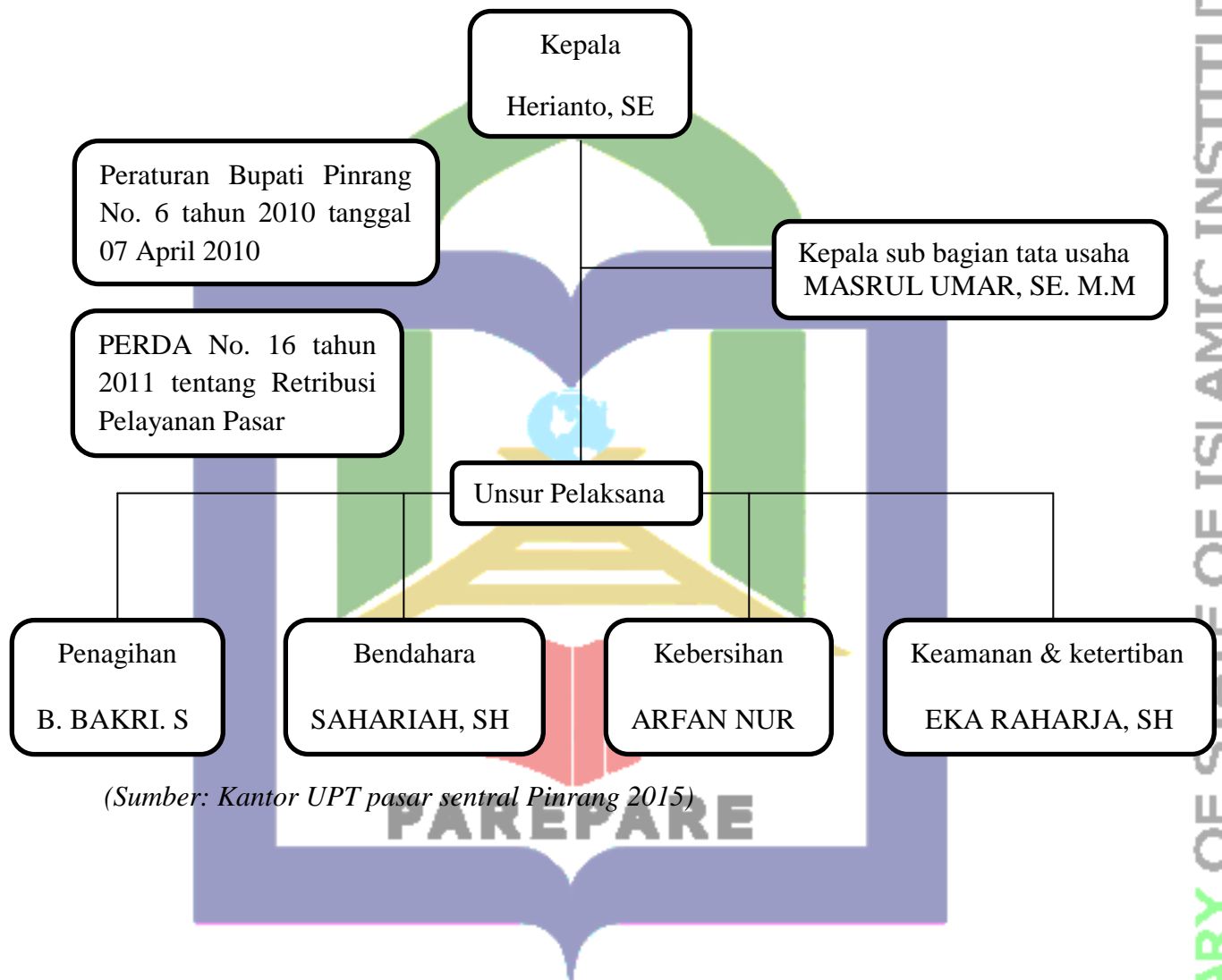
1. Visi

Terwujudnya pasar sentral Pinrang yang bersih, sehat, nyaman, dan sejahtera.

2. Misi

- a. Meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kegiatan pemberdayaan pedagang/penjual dengan kebijakan pemberian kredit usaha rakyat sehingga kesejahteraan masyarakat pedagang pasar meningkat
- b. Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simpel, akurat, realis, dan terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima kepada semua pengguna pasar serta menyediakan sarana dan prasarana, menuju pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

4.2 Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Pinrang



4.3 Sumber daya Unit Pelaksana Teknis (UPT) pasar sentral Pinrang

Jumlah pegawai di Unit Pelaksana Teknis (UPT) pasar sentral Pinrang sebanyak 5 (Lima) orang. Sedangkan jumlah Pedagangan atau wajib retribusi sebanyak 1381 pedangan dengan jumlah gardu lantai 1 sebanyak 156 petak, gardu lantai 2 sebanyak 152 petak, kios sebanyak 140 petak, lods ikan sebanyak 132 petak, pelantaran tertutup 175 petak dan pelantaran terbuka sebanyak 626 petak. adapun perinciannya sebagai berikut :

Data gardu, kios/lods dan pelantaran

NO.	OBJEK PASAR	JUMLAH
1.	Gardu lantai 1	156
2.	Gardu lantai 2	152
3.	Kios	140
4.	Lods ikan	132
5.	Peralatan tertutup	175
6.	Peralatan terbuka	626
Total		1381

Sumber: Kantor UPT Pasar Sentral Kab. Pinrang 2015

4.4 Dinamika Harga pada Pasar Sentral Pinrang

Menurut Wildan Zulkarnain (2013) dinamika adalah sesuatu hal yang mempunyai kekuatan atau tenaga, selalu berkembang serta bisa menyesuaikan diri terhadap keadaan tertentu.

Sedangkan menurut kartono (2007) dinamika adalah suatu bentuk perubahan, baik itu sifatnya besar-besaran atau kecil-kecilan, maupun secara cepat atau lambat, yang sifatnya nyata dan berhubungan dengan suatu kondisi keadaan.

Jadi, dinamika adalah sesuatu hal yang mempunyai kekuatan atau tenaga yang bersifat berubah-ubah, baik itu besar atau kecil, maupun cepat atau lambat, dan berhubungan dengan suatu keadaan tertentu.

Dari pengertian dinamika di atas, maka peneliti akan menguraikan atau menjelaskan bagaimana dinamika harga pada pasar Sentral Pinrang di bawah ini:

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran atau *marketing mix* (4P = *Product, Price, Place, Promotion* atau produk, harga, distribusi, dan promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Harga merupakan penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh di perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang di belinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat di ketahui bahwa dinamika harga yang ada pada pasar sentral Pinrang dalam menetapkan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, permintaan dan penawaran, modal, modal harga barang pada umumnya, musim, dan transportasi.

1. Permintaan dan penawaran

Apabila banyak pembeli atau konsumen yang meminta barang atau banyaknya barang yang diminta, maka harga yang ditetapkan oleh pedagang atau produsen akan menjadi murah sebaliknya, apabila sedikit permintaan dari pembeli atau konsumen atau sedikitnya barang yang diminta oleh pembeli atau konsumen maka pedagang atau produsen akan menaikkan atau memahalkan harga barangnya.

2. Modal

Dimana jika modal awal yang digunakan untuk mendapatkan atau memproduksi barang yang akan dijual kepada pembeli atau konsumen mahal maka harga yang di tetapkan oleh pedagang atau produsen jadi mahal dan sebaliknya, dimana jika modal awal yang digunakan oleh pedagang atau produsen untuk memproduksi atau menghasilkan barang sedikit atau murah maka harga yang ditetapkan akan murah pula.

3. Modal harga pada umumnya

Apabila barang yang dijual atau yang disediakan oleh penjual atau produsen dan itu sama dengan barang yang disediakan atau dijual oleh pedagang atau produsen yang lainnya, maka harga barang yang ditetapkan oleh pedagang atau produsen tersebut mengikuti harga barang yang berlaku pada umumnya.

4. Musim

Apabila banyaknya jumlah suatu barang disebabkan oleh musimnya, maka harga barang yang ditetapkan oleh pedagang atau produsen jadi murah, sebaliknya jika sedikit jumlah barang yang tersedia dan barang itu belum musimnya maka harga barang tersebut menjadi mahal.

5. Transportasi

Apabila barang yang diambil oleh pedagang atau produsen dari luar kota dan barang itu tidak tersedia di kota tersebut, maka pedagang itu akan memahalkan harga barang tersebut dikarenakan pedagang tersebut harus membayar biaya beban transportasi dari barang yang diantarkan langsung dari luar kota.

Lima faktor diatas merupakan faktor yang mempengaruhi mahal atau tidaknya harga barang di pasar Sentral Pinrang. Tetapi dalam hal pajak atau pemerintah, kedua hal tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap penetapan harga. Karena pajak tersebut tidaklah mempengaruhi harga barang dikarenakan para pedagang sudah memahami bahwa pajak tempat tersebut memang menjadi kewajiban para pedagang pada pasar Sentral Pinrang dan hal tersebut bukanlah hal yang sangat membebani bagi para pedagang itu sendiri.

PAREPARE

4.5 Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang

Konsep harga menurut Imam Al-Ghazali dalam menetapkan harga barang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mengetahui aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga di pasar Sentral Kabupaten Pinrang, maka akan diuraikan lebih rinci dibawah ini sesuai dengan faktor yang mempengaruhi harga itu sendiri.

Al-Ghazali (1058-1111 M) merupakan salah satu tokoh muslim yang berpengaruh dikalangan ummat islam. Karya-karyanya masih menjadi perbincangan hangat hingga saat sekarang. Beliau lebih dikenal sebagai salah satu tokoh tasawuf karena karya-karya fenomenalnya yang lebih banyak mengkaji tasawuf. Padahal, sebenarnya beliau juga seorang ekonom. Karena banyak pemikiran-pemikiran ekonomi, yang hingga saat ini masih dikaji ekonomi muslim kontemporer. Hal tersebut tak lain karena pemikirannya di bidang ekonomi yang cukup relevan untuk di aplikasikan di zaman sekarang.

Salah satunya adalah masalah harga. Jauh sebelum orang meributkan tentang penetapan harga (*pricing*) suatu produk, Al-Ghazali telah memikirkannya sejak lama. Menurut Veithzal Rivai (2012: 127), Imam Al-Ghazali sebagaimana ilmuan muslim lainnya, dalam membicarakan harga selalu mengaitkan dengan keuntungan. Imam Al-Ghazali juga menyatakan bahwa laba normal seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang. Lebih jauh ia menekankan bahwa penjual seharusnya didorong oleh “*laba*” yang akan diperoleh dari pasar yang “*hakiki*”, yakni akhirat. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Kita jual barang harus ada untung lah, tapi kita juga tidak tinggikan untung ta, yah hanya sedikit saja, tergantung modalnya juga.⁴⁴

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Dalam menjual barang harus ada keuntungan, namun untungnya juga tidak terlalu tinggi. Semua tergantung dari modal harga barang tersebut. (Peneliti)

Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tersebut teraktualisasi pada pasar sentral Pinrang karena laba yang diambil oleh pedagang tidak terlalu tinggi dari harga modal barang tersebut.

Dia belum mengaitkan harga barang dengan pendapatan dan biaya-biaya. Bagi Al-Ghazali, keuntungan (*ribh*), merupakan kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis, dan ancaman keselamatan si pedagang. Hal ini sebagaimana yang dikatakan pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Kita menjual harus ada untung, kalau tidak ada untung kita yang rugi dek, kalau soal untung biar sedikit yang penting je ada, sama laku barang e.⁴⁵

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Dalam menjual harus ada untung, apabila tidak ada keuntungan maka saya mengalami kerugian, soal untung walaupun sedikit yang terpenting barang saya laku. (Peneliti)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali teraktualisasi pada pasar sentral Pinrang dikarenakan beliau memang menyebutkan bahwa dalam berdagang harus ada keuntungan.

⁴⁴ Hj. Lela, Selaku penjual baju di pasar sentral Pinrang, 14 Agustus 2016.

⁴⁵ Hj. Fatimah, Selaku penjual campuran di pasar sentral Pinrang, 28 Agustus 2016.

Meskipun Al-Ghazali menyebutkan keuntungan dalam tulisannya, tetapi kita bisa paham bahwa yang di maksudkannya adalah harga. Artinya, harga bisa dipengaruhi keamanan perjalanan, resiko, dan sebagainya. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Biasanya dek kan saya ambil barang dari luar kota, jadi di pertimbangkan juga semua biaya mobilnya kerna di antarkan ki, kita pedagang ditunggu saja mani itu barang datang, kalau datang mi dibayar mi juga biaya pengantarannya.⁴⁶

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Barang yang biasa saya ambil dari luar kota sehingga semua biaya transportasinya di pertimbangkan, jadi kami para pedagang hanya tinggal menunggu barang datang. Apabila barangnya telah sampai saya pasti membayar biaya transportasinya. (Peneliti)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat di katakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali teraktualisasi pada pasar sentral Pinrang dikarenakan beliau memang menyebutkan bahwa harga juga bisa di pengaruhi oleh keamanan perjalanan, resiko, dan sebagainya.

Apabila dikaji menggunakan ilmu ekonomi mederen, keuntungan (*rihb*) termasuk dalam biaya produksi. Dimana biaya produksi akan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak tergantung pada banyak atau sedikitnya barang yang di produksi seorang produsen. Sedangkan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah dan tergantung pada banyaknya barang yang diproduksi. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

⁴⁶ Ibu Basari, Selaku penjual buah-buahan di pasar sentral Pinrang, 15 Agustus 2016.

Barang ku saya tetap ji harganya tidak pernah berubah kecuali kalau sedikit i barang, tapi ada juga barang yang harganya selalu berubah, kadang naik kadang juga turun, tapi itu semua tergantung pembeli ji.⁴⁷

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Barang saya tetap dan tidak pernah berubah terkecuali barangnya sedikit, akan tetapi terkadang juga ada barang yang memang harganya selalu berubah-ubah, kadang naik kadang juga turrun, dan semua itu tergantung konsumen. (Peneliti)

Adapun pendapat yang dikemukakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang, yaitu:

Saya yang tetapkan harganya barang ku, tapi ada juga barang tertentu harganya sudah tetap, kalo banyak atau sedikit barang yang diambil tidak na pengaruhi ji harganya barang, apa mau ki jual mahal tidak bisa juga kerna banyak saingan, jadi kita diikuti saja mani harga pada umumnya.⁴⁸

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Saya sendiri yang menetapkan harga barang saya, akan tetapi adakalanya suatu barang yang sudah di tetapkan harganya, sehingga saya berpatokan dengan harga tersebut. Banyak atau sedikit barang yang diambil tidak mempengaruhi harga barang itu sendiri, saya selaku produsen tidak bisa berbuat banyak untuk memahalkan barang saya karena banyak pesaing lain, jadi saya hanya mengikut harga pada umumnya. (Peneliti)

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pemikiran Imaam Al-Ghazali teraktualisasi pada pasar sentral Pinrang, dimana penetapan harga terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap atau berubah-ubah dan

⁴⁷ Hj. Berlian, selaku penjual beras di pasar sentral Pinrang, 03 Agustus 2016.

⁴⁸ Ibu Marni, Selaku penjual aksesoris di pasar sentral Pinrang, 03 Agustus 2016.

harga ditetapkan oleh pedagang itu sendiri sesuai dengan harga yang pada umumnya berlaku.

Dalam akuntansi biaya, ditambahkan satu lagi, yaitu biaya *semi variabel*. Biaya semi variabel merupakan biaya yang memperlihatkan baik karakter-karakter dari biaya tetap maupun biaya variabel. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya ini meningkat atau menurun sesuai dengan peningkatan atau penurunan aktivitas bisnis, namun tidak proporsional. Contoh biaya listrik, air, gas, bensin, dan lain sebagainya. Dengan demikian, pemikiran Imam Al-Ghazali apabila dikorelasikan dengan ilmu ekonomi mederen sangat relevan. Karena, Imam Al-Ghazali telah meletakkan pemikiran-pemikiran yang berkenaan dengan ilmu ekonomi moderen, yang hingga saat sekarang ini masih dipergunakan.

Jauh sebelum pemikir ekonom kontemporer mengemukakan tentang hukum permintaan dan penawaran, Al-Ghazali telah meletakkan landasan mengenai hukum permintaan dan penawaran. Al-Ghazali telah paham akan hukum permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) yang menjadi senjata ampuh para ekonom masa kini. Hukum permintaan merupakan jumlah barang/jasa yang diminta dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga. Sedangkan hukum penawaran adalah jumlah barang/jasa yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Kita juga perkirakan kalo mau ambil barang,. Kalo banyak barang laku banyak juga barang diambil, tapi kalo sedikit ji kasian laku maumi juga diapa sedikit juga mi barang diambil.⁴⁹

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

⁴⁹ Kurniati, selaku penjual boneka di pasar sentral Pinrang, 05 Agustus 2016.

Semua saya perkirakan sebelum mengambil barang. Apabila banyak barang yang laku maka banyak juga barang yang diambil, begitupun sebaliknya apabila sedikit barang yang laku maka sedikit pula barang yang diambil. (Peneliti)

Hal ini sama yang dikatakan oleh mama Ecce pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Kalo lancar-lancar pembeli ku banyak ku ambil sama bos ku, tapi kalo kurang lancar lagi pembeli sedikit lagi saya ambil kerna kalo banyak ku ambil nanti banyak juga yang tinggal, rugi maka nanti kalo banyak tinggal apalagi kalo mati i ayam yang ku jual.⁵⁰

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Sedikit banyaknya barang yang ditawarkan produsen tergantung permintaan barang dari pembeli atau konsumen. Apabila permintaan meningkat maka semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan, sebaliknya apabila permintaan menurun maka semakin sedikit pula jumlah barang yang ditawarkan. Apabila banyak barang yang diambil pedagang dan itu tidak laku, maka pedagang tersebut mengalami kerugian. (Peneliti)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tentang permintaan dan penawaran harga barang teraktualisasi dan sesuai yang ada di pasar sentral Pinrang.

Selain itu, Imam Al-Ghazali merupakan salah satu tokoh yang sangat paham betul tentang konsep elastisitas permintaan. Beliau menegaskan “mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah, akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan”.

⁵⁰ Mama Ecce, Selaku penjual ayam di pasar sentral Pinrang, 08 Agustus 2016.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Biasanya saya itu menjual daripada tinggal saja barang ku saya jual murah saja mani biar sedikit untungnya, tapi kalau laku semua i barang ku akan banyak ji juga untung ku dapat.⁵¹

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Kadang saya memurahkan harga barang yang saya jual demi menarik pelanggan dan menjual dengan untung yang sedikit, akan tetapi jikalau semua barang saya laku maka keuntungan yang saya dapatkan akan banyak pula. (Peneliti)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali teraktualisasi pada pasar sentral Pinrang, dimana mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah, akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

Salah satu yang sangat mengejutkan, Imam Al-Ghazali telah mengidentifikasi makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang in-elastis. Komentarnya: “karena makanan adalah kebutuhan pokok, maka perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong agar tidak semata-mata mencari keuntungan. Dalam hal bisnis makanan pokok harus dihindari eksploitasi berupa pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan yang semacam ini seharusnya dicari dari barang-barang yang bukan dari kebutuhan pokok.”

⁵¹ H. Basri, Selaku penjual Al-Qur'an dan buku-buku doa di pasar sentral Pinrang, 21 Agustus 2016.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Saya jual kue tidak mematok harga yang terlalu tinggi, selain banyak saingan sudah mi juga ditetapkan harga pada umumnya, lagian modalnya juga tidak terlalu tinggi jadi keuntungannya juga tidak ditinggikan.⁵²

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Saya tidak menetapkan harga yang terlalu tinggi terhadap kue jualan saya. Selain banyak pesaing, modal harga kue ditetapkan pada harga yang pada umumnya, apalagi sebenarnya modalnya sedikit dan keuntungan yang didapatkan juga tidak terlalu banyak. (Peneliti)

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tentang meminimalkan mencari keuntungan yang tinggi pada makanan pokok teraktualisasi dan sesuai dengan yang ada di pasar sentral Pinrang.

Menurut Al-Ghazali, konsep berdagang dalam islam adalah mencari keuntungan. Dari keuntungan tersebut, dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun Al-Ghazali tidak setuju dengan konsep berdagang dengan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya sebagaimana yang menjadi ajaran kapitalisme, yaitu mengorbankan modal yang sedikit dengan harapan dapat keuntungan yang berlipat ganda. Walau hal tersebut bersifat eksploitasi terhadap lainnya, baik sesama manusia ataupun alam semesta.

Al-Ghazali menegaskan bahwa keuntungan bisnis yang akan dicapai seorang pedagang ialah keuntungan dunia dan akhirat. Yang dimaksud keuntungan akhirat, *pertama*, harga yang dipatok si penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal

⁵² Mama Sana, selaku penjual kue di pasar sentral Pinrang, 27 Agustus 2016.

sehingga tidak memberatkan konsumen. *Kedua*, berdagang adalah bagian dari *realisasi ta'awun* (tolong-menolong) yang dianjurkan Islam. Pedagang mendapatkan untung sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhan yang dikehendaki. *Ketiga*, berdagang dengan mematuhi etika ekonomi Islam merupakan aplikasi syariah dan dinilai sebagai ibadah.

Artinya, Al-Ghazali memberikan pesan kepada kita antara pedagang atau pembisnis dengan konsumen dilarang saling dzolim mendzolimi. Sehingga si pedagang atau si pembisnis akan mendapatkan keuntungan tanpa harus menipu konsumen. Begitupun sebaliknya, konsumen akan mendapatkan benda dan jasa yang diinginkannya tanpa harus tertipu sedikitpun oleh pedagang atau pembisnis.

Untuk mengetahui keuntungan bisnis yang akan dicapai seorang pedagang sesuai dengan aktualisasi pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga di pasar sentral Kabupaten Pinrang, maka akan diuraikan lebih rinci sesuai dengan ketiga pendapat Imam Al-Ghazali tentang keuntungan akhirat, diantaranya:

1. Pertama

Harga yang dipatok si penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal sehingga tidak memberatkan konsumen.

Artinya, Imam Al-Ghazali berpendapat bahwa penjual tidak boleh semena-mena dalam menetapkan harga apalagi melipatgandakan harga modal sampai dua kali lipat. Menurut Imam Al-Ghazali tindakan tersebut adalah tindakan kedzholiman penjual atau pedagang terhadap konsumen atau pembeli.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Saya dek jual barang harus ada untungnya, kalo kalau tidak ada untungnya saya yang rugi, biar je sedikit yang laku yang penting modal ku bisa kembali sama dapat untung walaupun sedikit.⁵³

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Dalam berdagang harus ada keuntungan, apabila tidak ada keuntungan maka yang ada itu kerugian, walaupun memang sedikit barang yang laku yang terpenting kembali modal dan mendapatkan keuntungan walaupun itu sedikit. (Peneliti)

Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tersebut teraktualisasi dikarenakan para pedagang pada pasar sentral Pinrang tidak terlalu memikirkan untung yang banyak, akan tetapi hanya memikirkan barang yang di jualnya tersebut bisa laku walaupun hanya mendapat sedikit keuntungan.

2. Kedua

Berdagang adalah bagian dari *realisasi ta'awun* (tolong-menolong) yang di anjurkan islam.

Disini jelas bahwa Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa berdagang adalah bagian tolong menolong yang dianjurkan oleh islam. Pedagang atau penjual mendapatkan untung atau laba dan pembeli atau konsumen mendapatkan kebutuhan yang di inginkan atau yang dihajatkan.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pak H. Rusli pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Terkadang memang itu kasian ada pembeli tidak cukup uangnya, tapi saya tidak ku beratkan ji pembeli ku, berapa-berapa saja uang yang na kasi ka yang penting modal ku kembali itu ji saja. Tapi tidak selamanya juga ada pembeli begitu, jadi biar satu orang ji begitu tetap ji ada untung ku, tidak rugi jika dek.⁵⁴

⁵³ Ibu Basari, Selaku penjual buah-buahan di pasar sentral Pinrang, 15 Agustus 2016.

⁵⁴ H. Rusli, selaku penjual peralatan alat Sholat di pasar sentral Pinrang, 21 Agustus 2016.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Kadang ada pembeli atau konsumen yang uangnya kurang, akan tetapi saya tidak terlalu memberatkan pembeli yang terpenting modal saya bisa kembali. Apalagi tidak selamanya seperti itu dan saya tetap mendapat keuntungan dari hasil penjualan barang saya yang lain. (Peneliti)

Di jelaskan pula oleh ibu Mayang sebagai berikut:

Biar bagaimana dek harus ada untung ku, tapi mau mi juga diapa kasian kalo memang ada pembeli tidak cukup uangnya, tidak bisa ma juga paksakan i.⁵⁵

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Bagaimanapun itu saya mendapatkan keuntungan, akan tetapi saya juga tidak tega memaksakan konsumen apabila uangnya memang sudah tidak cukup. (Peneliti)

Dari dua pendapat yang dikemukakan oleh pedagang tersebut, dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tersebut teraktualisasi dikarenakan beberapa pedagang di pasar sentral Pinrang menjalankan tolong-menolong yang dianjurkan oleh islam. Al-Ghazali setuju bila dalam berdagang menjalankan konsep tolong menolong, sebaliknya beliau tidak setuju dengan konsep berdagang dengan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya sebagaimana menjadi ajaran kapitalisme, yaitu mengorbankan modal yang sedikit dengan harapan dapat keuntungan yang tinggi atau banyak.

⁵⁵ Ibu Mayang, selaku penjual sayur di pasar sentral Pinrang, 19 Agustus 2016.

3. Ketiga

Berdagang dengan mematuhi etika ekonomi islam merupakan *aplikasi syariah* dan di nilai sebagai ibadah.

Dalam pandangan Al-Ghazali, pasar harus berjalan dengan bebas dan bersih dari segala bentuk penipuan. Perilaku dari para pelaku pasar harus mencerminkan kebajikan, yakni memberikan suatu tambahan disamping keuntungan materil bagi orang lain dalam bertransaksi. Tambahan itu bukan merupakan kewajiban, tetapi hanya merupakan kebajikan. Ia kemudian menjabarkan beberapa panduan menyangkut pengamalan kebajikan ini di pasar, seperti bersikap lunak ketika berhubungan dengan orang miskin dan fleksibel dalam transaksi utang, bahkan membebaskan utang orang-orang miskin tertentu.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Hj. Fatimah selaku pedagang pada pasar sentral Pinrang:

Selama ini dek saya jual barang ku Insya Allah jujur ka, kalo ada barang ku rusak saya tanya ji pembeli apalagi kalo mau na beli itu barang ku yang rusak. Jadi pembeli nyaman, barang ku juga laku.⁵⁶

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Insya Allah dalam menjual barang dagangan saya selama ini jujur, apabila memang ada barang yang rusak maka saya bilang kalau barang itu rusak. Yang terpenting pembeli nyaman dan barang saya bisa terjual. (Peneliti)

Dijelaskan pula oleh salah satu pedagang yang ada di sebelah toko Hj. Fatimah, yaitu ibu Marni sebagai berikut:

⁵⁶ Hj. Fatimah, Selaku penjual campuran di pasar sentral Pinrang, 28 Agustus 2016.

Ibu Hj. Fatimah memang begitu orangnya dek baik sekali makanya barangnya banyak laku jadi saya biasa ma juga baik sama pembeli ku, bahkan kalau ada biasa ada anak-anak ma minta-minta baru belumpi ada kasian barang ku laku, saya sumbangkan saja apa yang bisa saya kasi i yang penting bermanfaat untuk itu anak-anak.⁵⁷

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Ibu Hj. Fatimah memang baik orangnya, makanya barangnya laris terjual, jadi biasanya saya juga baik terhadap pembeli atau konsumen saya bahkan kadang saya hanya memberi kue gratis terhadap pengemis jikalau memang barang dagangan saya belum ada yang laku atau kurang laris. (Peneliti)

Adapun pendapat lain yang dikemukakan oleh salah satu pedagang pada pasar sentral Pinrang sebagai berikut:

Saya yang rugi dek kalo saya tanya i pembeli kalo ada barang ku yang rusak kan barang ku saya tidak semua ji rusak, kadang satu atau dua barang ji. Begitu memang dek biasanya kalo ada barang diambil sama bos ta satu dos itu kadang memang ada biasanya rusak, jadi saya campur mi saja semua supaya laku juga itu barang.⁵⁸

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut kemudian dimaknai sebagai berikut:

Saya mengalami kerugian dek apabila saya memberitahukan kalau ada barang saya yang rusak atau cacat karena barang saya tidak semua juga rusak, biasanya satu sampai dua barang saja yang rusak dalam satu dos, jadi untuk melariskan yang cacat tersebut saya campur dengan barang yang lain agar barang tersebut juga ikut terjual. (Peneliti)

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan pedagang pada pasar sentral Pinrang tersebut, dapat dikatakan bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tersebut tidak

⁵⁷ Ibu Marni, Selaku penjual aksesoris di pasar sentral Pinrang, 03 Agustus 2016.

⁵⁸ Pak Dullah, Selaku penjual celana di pasar sentral Pinrang, 20 Agustus 2016.

teraktualisasi sepenuhnya dikarenakan tidak semua pedagang di pasar sentral Pinrang berdagang dengan mematuhi *Etika Ekonomi Islam*. Bagi pedagang yang menjalankan *Etika Ekonomi Islam* dalam berdagang maka perilaku dari pelaku pasar tersebut mencerminkan kebajikan, sedangkan yang tidak berarti pedagang tersebut melakukan salah satu kejahatan pasar yang dilarang menurut Imam Al-Ghazali.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

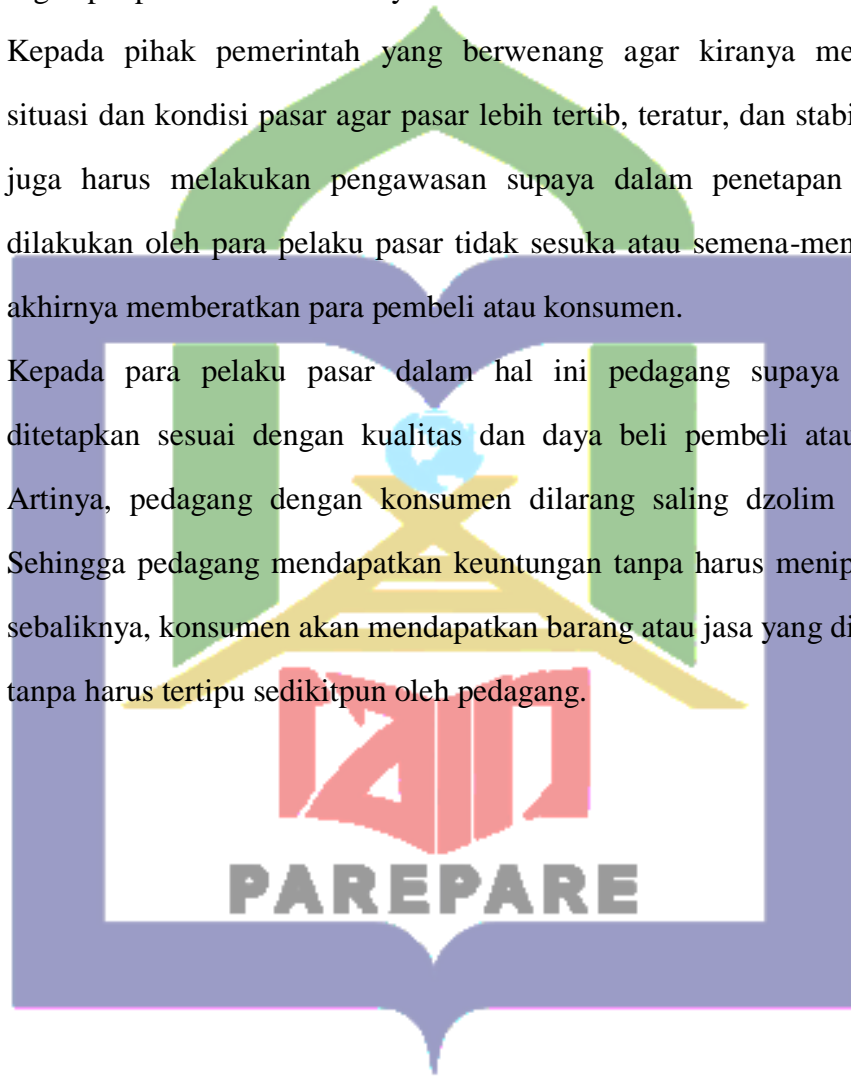
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Imam Al-Ghazali dalam membicarakan harga selalu mengaitkan dengan keuntungan. Beliau juga menegaskan bahwa keuntungan bisnis yang akan dicapai seorang pedagang ialah keuntungan dunia dan akhirat.
- 5.1.2 Dinamika harga pada pasar sentral Kabupaten Pinrang yaitu para pedagang dalam menetapkan harga barangnya berpatokan pada banyaknya barang yang diminta oleh konsumen, harga barang itu sendiri, harga pada umumnya yang berlaku, biaya transportasi, jumlah barang yang tersedia, harga barang dari perusahaan, tergantung musim dan sesuai dengan kemampuan pembeli.
- 5.1.3 Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali tentang harga pada pasar sentral Kabupaten Pinrang pada umumnya telah sesuai dan teraktualisasi pada pasar sentral Kabupaten Pinrang, akan tetapi pemikiran Imam Al-Ghazali tidak teraktualisasi sepenuhnya ketika berbicara soal etika ekonomi islam yang merupakan aplikasi syariah yang bernilai ibadah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian harga barang pada pasar sentral Pinrang, Kabupaten Pinrang, dengan menggunakan studi pemikiran Imam Al-Ghazali, maka saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

- 5.2.1 Kepada pihak pemerintah yang berwenang agar kiranya memperhatikan situasi dan kondisi pasar agar pasar lebih tertib, teratur, dan stabil. Disisi lain juga harus melakukan pengawasan supaya dalam penetapan harga yang dilakukan oleh para pelaku pasar tidak sesuka atau semena-mena yang pada akhirnya memberatkan para pembeli atau konsumen.
- 5.2.2 Kepada para pelaku pasar dalam hal ini pedagang supaya harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dan daya beli pembeli atau konsumen. Artinya, pedagang dengan konsumen dilarang saling dzolim mendzolimi. Sehingga pedagang mendapatkan keuntungan tanpa harus menipu konsumen sebaliknya, konsumen akan mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya tanpa harus tertipu sedikitpun oleh pedagang.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali Zainuddin, 2011. *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011) h. 106.
- Badudu et al., eds., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), h. 1060.
- Banguin Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Cet. VIII, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 203.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta; PT Rineka Cipta, 2008), h. 158.
- Bisyriani Andi, “*Mekanisme Harga pada Pasar Sentral Soppeng (Studi Pemikiran Ibnu Khaldun)*”, (Skripsi; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare, 2012).
- Damim Sudawarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 164.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Ed. IV Cet. VII, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 31-32.
- J. Moleong Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), h. 5.
- Karim Adiwarmman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 314-315.
- Karim Adiwarmman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 291-292.
- Karim Adiwarmman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Pertama, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 333-340.
- Karim Adiwarmman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Pertama, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 327-328.
- Mansyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)*, (Jakarta: Revika Aditama, 2008), h. 30.
- Nasution. S, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Cet. IX, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 145.
- Rosyidin Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi (pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro)*, Ed. Baru Cet.III (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), h.364.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 310-311.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 330.
- Schaum’s Outlines, *Ekonomi Mikro*, Ed. 4, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 2.

Suyanto Bagong dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Ed. 1, Cet. III, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2007), h. 55.

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare; STAIN Parepare, 2013), h. 34.

Referensi dari Internet

Ahdi, *Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali*, <http://ahdi-propos.blogspot.co.id/2014/01/pemikiran-ekonomi-al-ghazali.html>. (Diakses pada tanggal 26 Mei 2016).

Artikel Baden, *Merancang Strategi dan Program*, <http://pustakabakul.blogspot.co.id/2012/06/merancang-strategi-dan-program.html>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

Bakul Pustaka, *Pengertian Persepsi Harga Dan Hubungan*, <http://pustakakabul.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-persepsi-harga-dan-hubungan.html>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2016).

Caputrauceo, *Kualitas Pelayanan Dimensi dan Cara Mengukurnya*, <http://caputrauceo.net/blog/2016/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

Coecoessm, *Strategi Penetapan Harga*, <http://coecoessm.wordpress.com/2011/10/31/strategi-penetapan-harga-2/> (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

Lukman Cecep, *Pengaruh Konsep dan Peranan Harga*, <http://ceceplukmanan.blogspot.co.id/2015/10/23/pengaru-konsep-dan-peran-harga.html> (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

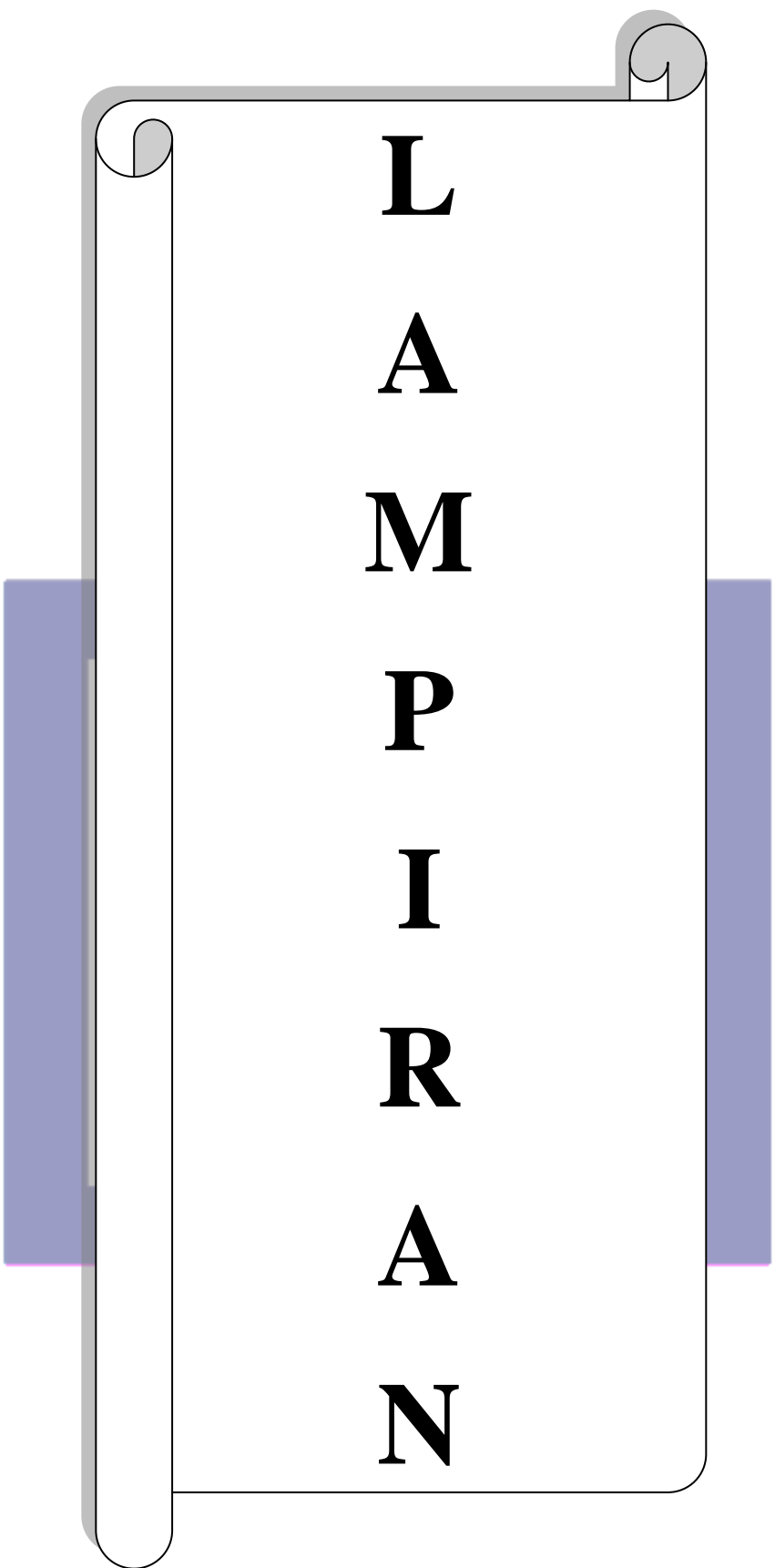
M. Suara Karya, *Konsep Harga Menurut Al-Ghazali*, <http://m.suarakarya.id/2015/10/23/konsep-harga-menurut-al-ghazali.html> (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).

Medya Wiki, *Pengertian Harga (Price)*, <http://wikimedya.blogspot.co.id/2009/11/pengertian-harga-price.html> (Diakses pada tanggal 15 September 2016).

Pim3 Angkatan 4, *Isu Aktual*, <http://pim3angkatan4.files.wordpress.com/2012/04/isu-aktualpim3.pdf> (Diakses pada tanggal 17 Juni 2016).

Praswck, *Aktualisasi Diri Menurut Abraham Moslow*, <http://www.praswck.com/aktualisasi-diri-menurut-abraham-moslow>, (Diakses pada tanggal 03 November 2016).

Vianisilv, *Manajemen Pemasaran Lanjutan Mengembangkan Strategi dan Program Penetapan Harga*, <http://vianisilv.wordpress.com/2014/11/06/manajemen-pemasaran-lanjutan-mengembangkan-strategi-dan-program-penetapan-harga/> (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2016).





KEMENTERIAN AGAMA R.I.
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE
Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: ✉ email.stainparepare.ac.id

Nomor : Sti.08/PP.00.9/1492/2016
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KAB. PINRANG
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : RUDY
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 08 Nopember 1993
NIM : 12.2200.018
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : TEPPU, KEC. PATAMPANUA, KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KAB. PINRANG** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL KABUPATEN PINRANG"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Agustus** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

Parepare, 1 Agustus 2016

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



[Signature]
Drs. Muh. Djunaidi, M.Ag.
NIP. 195412311991031032



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
SEKRETARIAT DAERAH
Jln. Bintang No. 01 Telp (0421) 923 056 – 922 914 - 923 213
PINRANG

Pinrang, 01 Agustus 2016

Kepada

Nomor : 070 / 419 / Kemas.
Lamp. : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian.

Yth **Kepala Dinas Perindagem**
Kab.Pinrang
di-
Tempat.

Berdasarkan Surat Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pare-Pare Nomor :Sti.08/PP.00.9/1492/2016 tanggal 01 Agustus 2016 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian, untuk maksud tersebut disampaikan kepada Saudara bahwa :

Nama : RUDY
Nim : 12.2200.018
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan/Prog Study : Mahasiswa / Muamalah
Alamat : Teppo,Kec.Patampanua Kab.Pinrang
Telepone : 082 390 443 190.

Bermaksud mengadakan Penelitian di Daerah / Instansi Saudara dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul "**AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL KABUPATEN PINRANG**" yang pelaksanaannya pada tanggal 02 Agustus s/d 30 Agustus 2016.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui untuk memberikan izin penelitian dengan ketentuan bahwa :

1. Sebelum dan sesudah melakukan Penelitian kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati Pinrang melalui Kepala Bagian Administrasi Kemasyarakatan SETDA Kabupaten Pinrang.
2. Penelitian tidak menyimpang dari Ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Mentaati semua Ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku dan mengindahkan Adat Istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 2 (Dua) rangkap Laporan Hasil Penelitian Kepada Bupati Pinrang melalui Kepala Bagian Administrasi Kemasyarakatan SETDA KabupatenPinrang.
5. Surat izin ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak mentaati Ketentuan Perundang- Undangan yang berlaku.

Demikian izin rekomendasi ini disampaikan kepada Saudara untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

An. **SEKRETARIS DAERAH**

Asisten Pemerintahan dan Kesra



Drs. MANTONG.M.Si

Pangkat : Pembina Utama Muda

Nip : 19611231 19203 1 058

Tembusan:

1. Bupati Pinrang sebagai laporan di Pinrang;
2. Dandim 1404 Pinrang di Pinrang;
3. Kapolres Pinrang di Pinrang;
4. Kepala Dinas DIKPORA Kab.Pinrang;
5. Kepala Kementerian Agama Kab.Pinrang di Pinrang;
6. Kepala Kantor Kesbang,Politik dan Linmas Kab.Pinrang di Pinrang;
7. Ketua STAIN Parepare di Parepare;
8. Camat Watang Sawitto di Pinrang;
9. Yang bersangkutan untuk diketahui;
10. Pertinggal.-



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, ENERGI DAN MINERAL
KABUPATEN PINRANG

Jl. Bintang No. 1 Telp. (0421) 921215 Fax. (0421) 921215 Pinrang

SURAT KETERANGAN

Nomor : 253 / Indagem / 2016

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Mineral Kabupaten Pinrang menerangkan bahwa :

N a m a : **R U D Y**
NIM : 12.2200.018
Alamat : Teppo Kec. Patampanua Kab. Pinrang
Program Studi : Muamalah

Benar telah melakukan penelitian pada Kantor UPT Pasar Sentral Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Mineral Kabupaten Pinrang dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir pada *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare* dengan Judul Skripsi “**AKTUALISASI PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI TENTANG HARGA DI PASAR SENTRAL KABUPATEN PINRANG**”

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 5 September 2016

Kepala Dinas,

Drs. H. HARTONO MEKKA, M.Si 
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP : 19650815 199103 1 014

DAFTAR WAWANCARA

Nama : Rudy
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul Skripsi : Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali
**Tentang Harga di Pasar Sentral
Kabupaten Pinrang**

PERTANYAAN

1. Bagaimana sistem keuntungan dari penjualan barang anda ?
2. Bagaimana cara anda melariskan barang dagangan ?
3. Dimana biasanya anda mendapatkan atau mengambil barang dagangan ?
4. Biaya-biaya apa saja yang biasa anda keluarkan demi mendapatkan barang dagangan ?
5. Apakah barang anda harganya tetap atautkah selalu berubah-ubah dan apa penyebabnya ?
6. Siapa yang menetapkan harga barang anda ?
7. Apakah jumlah barang yang anda ambil tetap konsisten atau sesuai permintaan ?
8. Bagaimana sistem keuntungan pada dagangan kebutuhan pokok ?
9. Apakah anda dikenakan pajak ?
10. Apakah harga barang anda berlipat ganda dari harga modal ?
11. Apakah anda biasanya menolong pembeli atau konsumen yang sedang kesusahan ?
12. Bagaimana cara anda menjual atau melariskan barang apabila terdapat cacat atau rusak ?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : HJ Lela

Alamat :

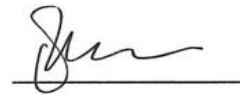
Pekerjaan : Penjual haju

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 14 Agustus 2016

Yang Bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : H. Basri

Alamat :

Pekerjaan : Jualan Al-Qur'an

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 Agustus 2016

Yang Bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Ibu Basuni

Alamat :

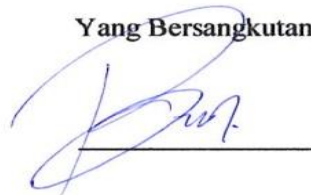
Pekerjaan : Penjual buah

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 15/08/2016

Yang Bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : *Dullah.*

Alamat :

Pekerjaan : *Goosir Paksiwan.*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *20* / *8*, 2016

Yang Bersangkutan,

[Signature]

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : *Mama Ece*

Alamat :

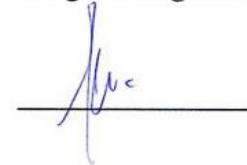
Pekerjaan : *penjual Ayam*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *8/8 /* 2016

Yang Bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : *Mama Sana*

Alamat :

Pekerjaan : *Penjual here*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *27-08* - 2016

Yang Bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : *H. Rudy*

Alamat :

Pekerjaan : *Pengusaha Hat Srotat*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Rudy untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian “ **Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang** ”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *21* / *108* / 2016

Yang Bersangkutan,



DOKUMENTASI SKRIPSI





RIWAYAT HIDUP



RUDY, lahir di Pinrang, pada tanggal 08 November 1993. Anak keempat dari lima bersaudara, dari pasangan Bahar dan Hj. Murni di Kel. Teppo Kec. Patampanua Kab. Pinrang Provinsi Sulawesi selatan. Penulis mulai masuk pendidikan formal pada Taman Kanak-Kanak (TK) Dhama Wanita Teppo pada 1998 - 2000, Sekolah Dasar Negeri (SDN) 183 Teppo pada 2000 - 2006, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 PATAMPANUA pada 2006 – 2009, Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pinrang pada 2009 - 2012, pada Tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengambil Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah). Untuk memperoleh gelar Sarjana Syariah dan Ilmu Hukum Islam, penulis mengajukan Skripsi dengan Judul “Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga Di Pasar Sentral Kabupaten Pinrang”.

Contact: rudytabuty018@gmail.com