

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG TUSLAH TIKET PADA H-7
SAMPAI H+7 HARI RAYA IDUL FITRI
(Studi pada PERUM DAMRI Trayek Bandar Lampung-Jakarta)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

dalam ilmu Syari'ah

Oleh

**SILVIA ISTIANA
NPM : 1521030135**

Program Studi : Mu'amalah

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1440 H / 2019 M

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG TUSLAH TIKET PADA H-7
SAMPAI H+7 HARI RAYA IDUL FITRI
(Studi pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
dalam ilmu Syari'ah**

Oleh

**SILVIA ISTIANA
NPM : 1521030135**

Program Studi : Mu'amalah

**Pembimbing I : Dr. H. Khoirul Abror, M.H.
Pembimbing II : Khoiruddin, M.S.I.**

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1440 H / 2019 M

ABSTRAK

Dalam upaya memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan terlepas dari hubungan terhadap sesama manusia, tanpa adanya hubungan dengan orang lain tidak mungkin semua kebutuhan hidup terpenuhi. Pada saat menjelang hari raya Idul fitri, harga tiket melonjak naik begitu pesat akibatnya naiknya nilai permintaan, namun pemerintah memberikan ketetapan harga agar perusahaan dibidang transportasi tidak menaikkan harga semena-mena. Adapun kenaikan harganya mencapai 25-30 % pada setiap tahunnya.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah Bagaimana tuslah tiket pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Angkutan Umum Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta dan Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Tuslah Tiket pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Angkutan Umum Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta. Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui tentang tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 hari raya idul fitri pada perum damritrayek Bandar Lampung-Jakarta dan Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum islam tentang tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 hari raya idul fitri pada perum damri trayek Bandar Lampung-Jakarta.

Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Reseach*) yang bersifat deskriptif analitis, Studi kasus pada penelitian ini ialah Perum Damri yang berupa, kariawan, dan Konsumen tiket. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah Observasi, Interview dan Dokumentasi. Setelah data terkumpul Maka peneliti melakukan analisa dengan metode analisis Kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif dan deduktif.

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan di atas, dalam pelaksanaan tuslah tiket, hal tersebut terjadi akibat naiknya permintaan, dan pemerintah menetapkan adanya kenaikan harga pada saat menjelang hari raya.

Tinjauan Hukum Islam mengenai Tuslah tiket yang pada H-7 sampai H+7 hari Raya Idul Fitri sudah sesuai dengan hukum Islam, dimana harga didasarkan pada permintaan dan penawaran. Pengambilan keuntungan tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 Hari raya Idul Fitri diperbolehkan.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG TUSLAH
TIKET PADA H-7 SAMPAI H+7 HARI RAYA IDUL
FITRI (Studi pada Perum Damri Trayek Bandar
Lampung-Jakarta).**
Nama Mahasiswa : **SILVIA ISTIANA**
NPM : **1521030135**
Jurusan : **Muamalah**
Fakultas : **Syariah**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasah
Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. H. Khoirul Abror., M.H
NIP. 195704031987031003

Pembimbing II

Khoiruddin, M. S. I.
NIP. 197807252009121002

Ketua Prodi Mu'amalah

Dr. H. A. Khumaedjafar, S.Ag., M.H.
NIP. 197208262003121002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARI'AH

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Tinjauan Hukum Islam Tentang Tuschah Tiket Pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri (Studi pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta), disusun oleh Silvia Istiana Npm: 1521030135, Jurusan Muamalah. Telah diujikan dalam sidang Munqasah Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung Pada/Tanggal: 12 Juni 2019. Ruang Sidang II Fakultas Syari'ah.


TIM MUNAQSAH

Ketua : Yufi Wiyos Rini Masykuroh, M.Si.


(.....)

Sekretaris : Herlina Kurniatii, S.H.I., M.E.I

Penguji I : Drs. H. Mohammad Rusfi, M. Ag.


(.....)

Penguji II : Dr. H. Khoirul Abror, M.H.


(.....)

Dekan Fakultas Syari'ah

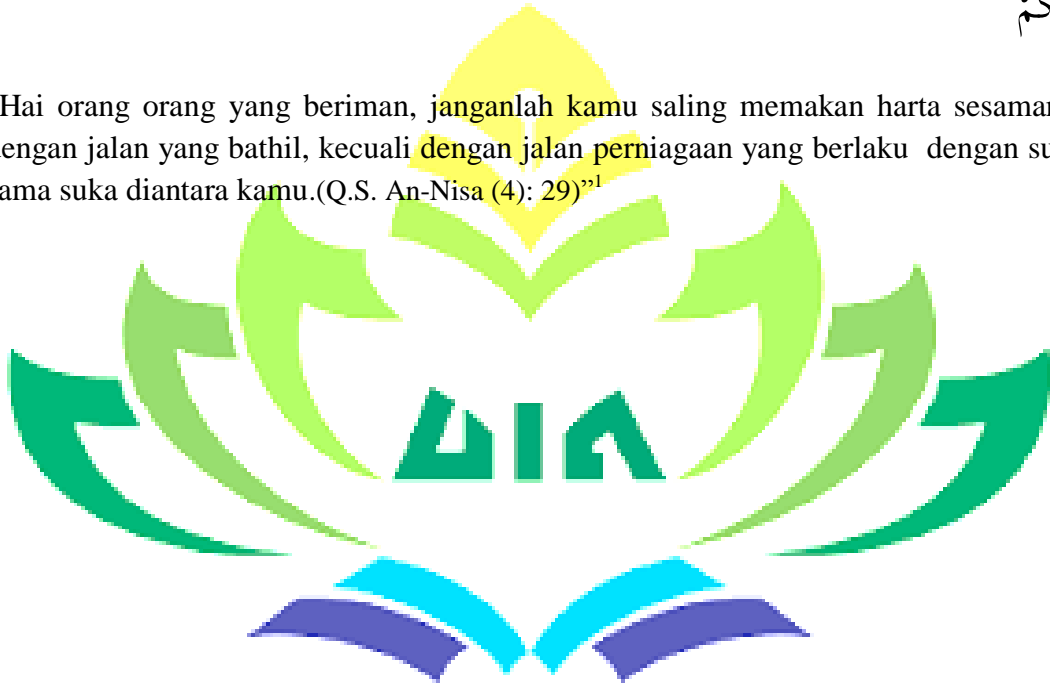


Dr. Slamayah, M.Ag
NIP. 19009011997031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. (Q.S. An-Nisa (4): 29)”¹



¹ Departemen Agama, *Al-qur'andanTerjemahannya*, (Jakarta: Institut Ilmu Al-qur'an), h. 83.

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah yang Maha Kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya untuk dapat sampai dipenghujung awal perjuanganku hingga saat ini saya dapat mempersembahkan Skripsi ini pada Orang-orang tersayang:

1. Ayahandaku (Jumanto) dan Ibundaku (Siti Aminah) Kupersembahkan karya kecil ini untuk kalian yang tiada hentinya memberiku semangat, doa, dorongan, nasihat dan kasih sayang serta pengorbanan yang takan pernah tergantikan sehingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Dalam setiap langkahku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan didiriku, meski semua itu belum kuraih Insya Allah atas dukungan doa dan restu semua mimpi itu akan terwujud di masa penuh kehangatan nanti.
2. Kepada kakakku Wahidatul Prihatiningtias dan adikku Agung ikhsan Jaya terimakasih karna telah memberiku semangat dan do'a. Kalian adalah pengobat pelipur lara hatiku yang selalu menghiburku.
3. Untuk Irwan Setiawan yang selalu memberikan support serta do'a dalam menyelesaikan karya kecilku ini yang semoga kelak menjadi imam dalam kehidupanku.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap Silvia Istiana, dilahirkan di desa Sidomulyo kecamatan padang cermin pada tanggal 23 Juni 1997, Anak Kedua dari tiga bersaudara, Putri dari pasangan Bapak Jumanto dan Ibu Siti Aminah.

Perjuangan di dunia pendidikan bermula dari Sekolah dasar yakni SD N 2 Bunut (Lulus pada Tahun 2009), kemudian melanjutkan Pendidikan menengah pertama di SMP N 2 Padang Cermin (Lulus pada tahun 2012), dan pada tahun 2012 melanjutkan kejenjang pendidikan Menengah Atas yaitu SMA N 2 Padang Cermin (Lulus Pada tahun 2015).

Setelah lulus, Alhamdulillah atas izin Allah SWT Pada tahun 2015 melanjutkan studi kejenjang yang lebih tinggi dan tercatat sebagai Mahasiswi di Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Islam) di salah satu Perguruan Tinggi Islam yang pada waktu itu masih Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung dan pada bulan Agustus Tahun 2017 bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT, Rab semesta alam penguasa jagad raya dan seisinya. Berkat rahmat dan hidayah-Nya lah dapat terselesaikan skripsi ini dengan judul: Tinauan Hukum Islam Tentang Tuslah Tiket Pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri (Studi Pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta). Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Mushamad SAW, keluarga dan para sahabatnya, juga kepada para pengikutnyasampai akhir Zaman.

Jazakumullah khairan katsiran saya ucapkan kepada kedua orang tua tercinta, dengan curahan cinta dan kasih sayangnya, kerja kerasnya serta do'a yang telah dipanjatkan, telah mengantar menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung semoga Allah SWT selalu menjaga serta melimpahkan ridho-Nya kepada mereka. Penulisan Karya Ilmiah ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu mempermudah dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Dr. Alamsyah, S.Ag, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan Mahasiswa.
2. Dr. H.A. Kumedi Ja'far, S.Ag., M.H. dan Khoiruddin, M.S.I. Selaku ketua Jurusan dan Sekertaris Jurusan.

3. Dr. H. Khoirul Abror, M.H. dan Khoiruddin, M.S.I. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang dengan sabar membimbing serta member pengarahannya dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Yufi Wiyos Rini Masykuroh, M.Si. selaku ketua sidang, Drs.H.Mohammad Rusfi, M.Ag. selaku penguji I, Dr. H. Khoirul Abror, M.H. selaku penguji II, Ahmad Syarifudin, S.H.I., M.H. selaku sekretaris pada sidang Munaqasah.
5. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah yang telah banyak memberikan ilmunya dan senantiasa mengarahkan dan memberi motivasi selama melaksanakan kuliah hingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepala dan Karyawan Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan informasi, referensi, dan lain-lain.
7. Seluruh Kru Perum Damri, Serta penumpang Perum Damri yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan data-data yang penyusun butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-Sahabat Terbaikku Audra Laili, Meilita, Nadia, Ai Nurbaiti dan seluruh teman-teman seperjuanganku muamalah G angkatan 2015 atas motivasi dan juga kebersamaan.
9. Keluarga baru yang kutemui selama 30 hari, Kertosari *Squad* 102 yang telah banyak memberi warna baru dalam kehidupan ini.
10. Teman seperjuangan Kompre dan PPS.
11. Rekan-Rekan mahasiswa yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka dibalas oleh Allah SWT, tentunya dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu tidak lain disebabkan karena batasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki. Untuk itu kiranya pembaca dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi tulisan ini.

Akhirnya, diharapkan betapapun kecilnya karya tulis (skripsi) ini dapat menjadi sumbangan yang cukup berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu keislaman.

Bandar Lampung.....

Penulis

Silvia Istiana
NPM.1521030135

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Metode Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga	18
1. Pengertian Harga	18
2. Jenis-Jenis Harga.....	24
3. Konsep Harga dalam Islam	27
4. Ruang Lingkup Teori Harga	29
B. Penetapan Harga.....	41
1. Tujuan Penetapan Harga	42
2. Faktor Penetapan Harga	45
3. Strategi Penetapan Harga	47
4. Penetapan Harga Menurut Hukum Islam	52
C. Peraturan Menteri Perhubungan tentang Tarif Dasar, Tarif Batas Atas dan Tarif Batas Bawah Angkutan Penumpang Antarkota Antarprovinsi kelas Ekonomi di Jalan dengan Mobil Bus Umum.....	58

BAB III DATA LAPANGAN

- | | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Tentang Perum Damri Bandar Lampung | |
| 1. Sejarah Perum Damri Bandar Lampung | 60 |
| 2. Struktur Organisasi Perum Damri Bandar Lampung | 70 |
| B. Pelaksanaan Tuslah tiket Angkutan Umum Perum Damri
Trayek Bandar Lampung-Jakarta | 71 |

BAB IV ANALISA DATA

- | | |
|---|----|
| A. Faktor Penyebab Tuslah Tiket H-7 sampai H+7 Hari Raya
Idul fitri pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta
..... | 78 |
| B. Tinjauan Hukum Islam tentang Tuslah Tiket H-7 Sampai
H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Perum Damri Trayek Bandar
Lampung-Jakarta | 78 |

BAB V PENUTUP

- | | |
|----------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 95 |
| B. Saran-Saran | 96 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari berbagai interpretasi terhadap judul proposal skripsi ini yang berakhir dengan kesalahan dalam memahami, maka akan dijelaskan secara singkat apa sebenarnya yang menjadi maksud dari judul tersebut. Judul proposal skripsi ini adalah **“Tinjauan Hukum Islam Tentang Tuslah Tiket Pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri (Studi pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta)”**. Pada judul tersebut yang perlu dijelaskan adalah:

- Tinjauan adalah hasil meninjau; pandangan pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).²
- Hukum Islam adalah ketetapan yang ditentukan oleh Allah SWT berupa aturan dan larangan bagi umat Islam.³
- Tinjauan Hukum Islam adalah telaah-telaah atau bagian-bagian terhadap suatu masalah dengan merujuk pada pendapat para Fuqaha' yang didasarkan pada dalil-dalil naqli yaitu Al-Quran dan Hadist.⁴
- Tuslah secara umum, tuslah berarti kenaikan tarif. Kata tuslah adalah kata serapan dari bahasa belanda “toeslag” yang maknanya adalah pembayaran

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta Gramedia Pustaka Utama. 2008), h. 1060.

³ Abdul wahab khalaf, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam* (Jakarta: Raja Grafindo, 1994). h.154.

⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fikih jilid Satu*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h.5.

tambahan. Tuslah menurut KBBI adalah tambahan pembayaran. Tuslah berkaitan dengan naiknya tarif angkutan umum baik darat laut maupun udara.⁵

- Tiket menurut KBBI adalah sesuatu yang dianggap sebagai alat pembayaran yang digunakan oleh suatu alat transportasi yang ada.⁶ Pengertian tiket bus adalah merupakan karcis yang harus dimiliki sebelum melakukan perjalanan dengan menggunakan alat transportasi berupa bus.
- H-7 sampai H+7 (arus mudik dan arus balik) H-7 adalah 7 hari menjelang lebaran sedangkan H+7 adalah 7 hari pasca lebaran.
- Perum Damri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa angkutan orang dan barang diatas jalan.⁷
- Harga adalah Jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha/bisnis. Harga tersebut tidak selalu harga yang diinginkan oleh penjual produk barang/jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli (*price*).⁸

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, yang dimaksud dalam judul skripsi ini adalah bagaimana hukum Islam menelaah tentang tuslah (kenaikan tarif) pada angkutan umum 7 hari menjelang hari raya lebaran dan 7 hari pasca lebaran

⁵ Departemen Pendidikan *OP. Cit*, h. 1510.

⁶ *Ibid.*, h.1462.

⁷ <https://bumn.go.id/damri/halaman/41/tentang-perusahaan.html>

⁸ Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h.302.

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

- a. Mengingat harga adalah salah satu persoalan penting bagi pembeli dalam menentukan jenis barang yang ingin dibeli dan berdampak pada perekonomian, sehingga melakukan pengamatan terhadap penentuan harga yang telah ditetapkan dalam proses jual beli .
- b. Karena keinginan untuk mengetahui tentang tushlah dalam jual beli tiket pada saat H-7 sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta.
- c. Pada dasarnya penetapan tarif batas atas dan tarif batas bawah telah ada ketentuan.

2. Alasan Subjektif

- a. Pokok bahasan ini Relevan sesuai dengan ilmu yang dipelajari di fakultas syariah jurusan Muamalah.
- b. Buku-buku referensi mengenai study ini relatif mudah untuk didapatkan, disamping itu judul ini menarik untuk dibahas.

C. Latar belakang Masalah

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang kodrat hidupnya dalam masyarakat. Disadari atau tidak untuk mencukupi kebutuhan hidupnya manusia selalu berhubungan satu sama lain. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan kegiatan dalam hubungan dengan orang

lain disebut muamalah.⁹ Manusia dapat mengambil keuntungan dan manfaat yang sesuai dengan kemampuannya dari barang ciptaan Allah, akan tetapi mereka mempunyai batasan-batasan yang harus ditaati sehingga tidak merugikan manusia lainnya.

Dalam perjalanan hidup ini setiap orang mempunyai kepentingan terhadap orang lain. Timbullah dalam kehidupan ini hak dan kewajiban. Setiap orang mempunyai hak yang wajib diperhatikan orang lain dan dalam waktu yang sama pula memikul kewajiban yang harus ditunaikan terhadap orang lain. Hubungan hak dan kewajiban ini diatur dalam kaidah-kaidah hukum guna menghindari terjadinya bentrok antara berbagai kepentingan. Salah satu aspek muamalah yang cukup dan dapat dilakukan manusia sebagai salah satu sarana dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah jual beli. Sebagai mana telah difirmankan oleh Allah dalam al-Qur'an:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ
 جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
 أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah

⁹ Ahmad Azhar Basyir, *Aasa-asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 1993). h.7.

menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”. (Qs.al-Baqarah(2): 275).¹⁰

Ayat al-qur'an diatas menjelaskan bahwa setiap muslim diperboehkan untuk melakukan jual beli asalkan tidak mengandung unsur riba didalamnya, karena riba sendiri diharamkan. Dalam jual beli tidak boleh menggunakan cara yang salah sebagaimana firmana Allah dalam al qur'an yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu” (Qs an-Nisa (4): 29).¹¹

Dalam jual beli Islam juga telah menetapkan aturan-aturan hukumnya, baik mengenai rukun, syarat maupun jual beli yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan. Nabi meghimbau agar dalam jual beli penetapan harga disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran. Harga yang dibentuk oleh pasar memiliki dua sisi, yakni permintaan dan penawaran dan tidak ada minimal atau maksimal dalam penetapan harga. Pada waktu –waktu tertentu harga pasar

47. ¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.

¹¹ *Ibid.*, h.83.

menghasilkan harga yang fluktuatif atau tidak mencerminkan harga yang sesungguhnya.¹²

Dalam hal muamalah manusia didorong untuk saling berlomba-lomba dan bersaing namun tidak saling merugikan. Islam memberikan kesempatan antara penjual dan pembeli untuk saling tawar menawar serta dulakukannya monopoli atau bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan pihak lain dan membatasi kesempatan orang lain dalam transaksi ekonomi. Dipasar ini juga terjadi kegiatan tawar menawar dan terbentuknya suatu harga yang berasal dari kesepakatan penjual dn pembeli.¹³

Dalam hal ini yang akan di teliti adalah terkait tuslah tiket pada saat lebaran. Penyusun tertarik meneliti ini karena Pada saat hari lebara tiket bus angkutan umum mengalami kenaikan harga yang lumayan pesat. Ketika lebaran datang, dan agen pun berlomba- lomba untuk memberikan tiket yang lebih mahal dibanding hari biasa, karena sudah tidak ada pilihan lain maka konsumenpun terpaksa dengan membeli tiket dengan harga yang lebih tinggi dari harga tiket biasanya.

¹² Sunarya, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Erlangga,2001), h.12.

¹³ Pusat Pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam, *Ekonomi islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008). h. 83.

Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ¹⁴

“Sesungguhnya Allah-lah Dzat yang menetapkan harga, yang maha menyempitkan, Maha Melapangkan, dan Maha Memberi Rezeki. Sesungguhnya aku berharap bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorangpun diantara kamusekalian dlam yang menuntutku mengenai kezaliman dalam hal darah dan harta”. (HR Abu Dawud).”

Penambahan tarif tiket pada saat lebaran bisa mencapai 25% - 30% bahkan lebih. Namun apabila semakin banyak tingkat pemesanan harga bisa saja naik menjadi lebih mahal sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Apabila permintaan naik harga akan naik, sebaliknya jika permintaan turun harga akan turun. Rasulullah SAW bersabda:

بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ¹⁵

“Akan tetapi, Allahlah yang menurunkan dan menaikkan harga”.(HR Ahmad dan ad-Darimi) .

¹⁴ Madani, *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). h.198-199.

¹⁵ Ad-Darimi, *Sunan Ad-Darimi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 275.

Tas'ir adalah intervensi Negara dalam menentukan harga, dengan ketentuan:

1. Pada dasarnya, penentuan harga berlandaskan atas asas kebebasan. Harga yang terbentuk merupakan hasil pertemuan antara permintaan dan penawaran.
2. Dalam kondisi tertentu, pemerintah boleh melakukan intervensi harga, yakni ketika terjadi penimbunan, adanya kolusi antar penjual, dan lain-lain.
3. Intervensi yang dilakukan bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat.
4. Harga yang ditetapkan harus berdasarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak ada pihak yang dirugikan.¹⁶

Prinsip Islam tentang pengaturan ekonomi sangatlah ketat seperti larangan praktek penipuan, ketidakjujuran, kecurangan, pemerasan, pemberian harga yang tidak wajar karena mengetahui pembeli benar-benar merasa membutuhkan barang yang hendak dibeli, atau karena suatu hal barang tersebut langka dipasaran. Ketentuan ini dimaksudkan supaya perilaku ekonomi dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga pihak tidak dirugikan, dan terciptanya kemaslahatan bagi manusia.

¹⁶ Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-pilar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 88.

Sebelum melakukan penelitian, sebelumnya melakukan kajian tentang teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti yang terdapat pada beberapa karya tulis terkait dengan penetapan harga, kenaikan harga.

Dessy Rosita mengangkat topik yang berjudul “Prespektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Tiket tarif lebaran Bus Ramayana Jogja-Palembang di Yogyakarta Tahun 2008”, membahas tentang penetapan harga tiket yang ditawarkan oleh agen penjual tiket terlalu tinggi ketika lebaran datang, dan para agenpun berlomba-lomba untuk memberikan tiket yang lebih mahal dibandingkan dengan hari biasa.¹⁷

Hapasari Ken Palupi mengangkat topik yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penaikan Harga Hewan Qurban Menjelang Hari Raya Idul Adha (Study Kasus di Pasar Hewan Imogiri dan Gamping)”, membahas tentang harga hewan Qurban yang mengalami kenaikan menjelang Hari Raya Idul Adha yang disebabkan permintaan yang tinggi maka harga akan naik, sesuai dengan hukum permintaan.¹⁸

¹⁷ Dessy Rosita, “Prespektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Ramayana Jogja-Palembang Di Yogyakarta Tahun 2008” .*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009.

¹⁸ Hapasari Ken Palupi, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penaikan Harga Hewan Qurban Menjelang Hari Raya Idul Adha (Study Kasus di Pasar Hewan Imogiri dan Gamping)” .*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN sunan Kalijaga Yogyakarta 2013.

Berdasarkan permasalahan diatas, dipandang laik untuk diteliti tentang Tuslah Tiket pada H-7 sampai H+7 hari raya idul fitri: Studi Pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tuslah tiket pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Angkutan Umum Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta ?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Tuslah Tiket pada H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Angkutan Umum Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta ?

E. Tujuan Dan Kegunaan dari Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tentang tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 hari raya idul fitri pada perum damritrayek Bandar Lampung-Jakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum islam tentang tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 hari raya idul fitri pada perum damri trayek Bandar Lampung-Jakarta.

Adapun Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca dalam menambah wawasan pengetahuan tentang tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 pada perum damri trayek Bandar Lampung-Jakarta.

2. Sebagai salah satu tugas akhir yang harus dipenuhi setiap mahasiswa sekaligus sebagai isyarat guna memperoleh gelar kesarjanaan atau strata satu (S1) fakultas syariah UIN Raden Intan Lampung.

F. Metode Penelitian

Metodologi adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data, yang dikembangkan untuk memperoleh pengetahuan dengan menggunakan prosedur yang terpercaya, dan kemudian dikembangkan secara sistematis sebagai suatu rencana untuk menghasilkan data tentang masalah penelitian tertentu.¹⁹

Metode dalam suatu penelitian merupakan hal yang sangat esensial, sebab dengan adanya metode akan memperlancar penelitian. Adapun Metode yang digunakan dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Jenis dan sifat penelitian

- a. Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong kepada jenis Penelitian Lapangan (*field Reseach*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan sistematis dan mendalam dengan mengangkat data yang ada di lapangan.²⁰ Penelitian ini dilakukan di Perum Damri Bandar Lampung.

¹⁹ Ibnu Hadjar. *Dasar- dasar Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan*, Cetakan kedua .(Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 1999), h.10.

²⁰ (Suharsimi Arikunto,)*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakara: Rineka Cipta, 2006 h.58.

b. Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan dalam skripsi ini adalah bersifat deskriptif analitis. Yang dimaksud dengan Metode Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis dan objektif, mengenai fakta-fakta sifat-sifat, ciri-ciri, serta hubungan diantara unsur-unsur yang ada atau fenomena tertentu.²¹

Analitis sendiri yaitu suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar yang kemudian melakukan pemahaman, penafsiran, dan interpretasi data.²²

2. Sumber Data

Sehubungan dengan penelitian ini sumber data yang diperoleh dari:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (biasanya dapat melalui wawancara, angket, Pendapat dan Lain-lain).²³ Adapun yang menjadi sumber data Primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari tempat yang menjadi dari tempat yang menjadi objek penelitian (Perum Damri Bandar Lampung). Yaitu seperti karyawan , dan pembeli tiket.

²¹ Kaelan, M.S., *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, Paradigma, (Yogyakarta, 2005), h.58.

²² *Ibid.*, h. 68.

²³ Syaiful Hidayat, *Metodologi penelitian*, (Bandung :CV. Mandar Maju, 2002). h.73.

- b. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada penumpul data, misalnya bahan primer fiqh, Al-Qur'an, dan Hadist.

3. Lokasi Penelitian

Adapun objek dalam penelitian lapangan ini yaitu Perum Damri jurusan Lampung Jakarta yang bertempat di Jl. Kapten Abdul Haq No. 32, Rajabasa, Kota Bandar Lampung.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.²⁴ Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian apabila seseorang ingin meneliti semua element yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau study populasi.²⁵ Sedangkan menurut Sugiono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁶ Saya akan menentukan Populasi yang terdiri dari pegawai Perum Damri dan para konsumen dengan jumlah 338 orang.

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, h. 173.

²⁵ Muhammad Nadzir. *Metode Penelitian*. (Jakarta : Ghalia Indonesia. 1998). h. 14.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 297.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.²⁷

Menurut suharsimi arikunto dalam pengambilan sampel apabila jumlah populasi yang akan diteliti kurang dari 100, maka sampelnya diambil seluruhnya, sedangkan jika lebih besar dapat diambil 10-15% atau 20-25%.²⁸ Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampel Random atau sampel acak yang dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek didalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Objek penelitian dalam skripsi ini adalah karyawan yang berjumlah 12 orang kariawan dan 22 orang konsumen pada Perum damri Bandar lampung.

Populasi = 338 orang

Sampel=10% x 338 orang = 34 orang

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan ini maka penulis menempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Observasi sebagai suatu aktiva yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata.²⁹ Observasi ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang gambaran umum praktek jual beli dengan sistem tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 lebaran.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, h.174.

²⁸ *Ibid.*, h.120.

²⁹ *Ibid.*, h.199.

b. Interview adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakapan berhadapan maka dengan orang yang dapat memberikan keterangan.³⁰ Dalam wawancara ini penulis menggunakan wawancara bebas terpimpin dan penulis memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada yang diwawancarai untuk dapat memberikan penjelasan yang sesuai dengan data yang akan diperoleh.

c. Dokumentasi adalah mencari data data mengenai hal-hal atau sesuatu yang berkaitan dengan masalah variable yang berupa catatan, transkrip, buku, agenda, dan sebagainya.³¹

6. Metode pengolahan data

Setelah semua data yang telah terhimpun kemudia diadakan pengolahan data. Langkah-langkah yang ditempuh untuk mengolah data adalah sebagai berikut:

a. Editing adalah pengolahan data dengan melakukan penelitian dan pengecekan terhadap data dan bahan yang masuk, apakah data yang sudah masuk secara keseluruhan atau belum dan juga apakah data yang tidak dapat dimasukkan kedalam penganalisaan, dengan demikian pengecekan ini adalah untuk mengkongkritkan data yang hendak dianalisa.

³⁰ Mardalis. *Metode Penelitian Sebagai Pendekatan Proposal*, (Jakarta :Bumi Aksara . 2004), h.65.

³¹ Suharsimi Arikunto. *Op.Cit.*,h. 236.

- b. Klasifikasi data (*coding data*) adalah pengelompokan data sesuai dengan jenisnya, jadi data yang ada merupakan hasil dari observasi dan wawancara akan dikelompokkan dalam bentuk grafik, pola, kedudukan, kualitas guna menyimpulkan data tersebut.
- c. Rekontruksi adalah penyusunan atau penggambaran kembali dari bahan-bahan yang ada dan disusun kembali sebagai mana adanya suatu kejadian semula.³²

7. Analisa Data

Setelah data terhimpun, selanjutnya data di analisis secara kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti.³³

Setelah analisa data selesai maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu suatu penjelasan dan penginterpretasian secara logis, sistematis. Dari hasil tersebut kemudian ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dengan cara berfikir deduktif.

³² B.N.Marbun. *Kamus Politik*, (Jakarta :Pusaka Sinar Harapan, 1996), h. 469.

³³ Lexi L Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Keempatbelas,,(Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 3.

Cara berfikir deduktif adalah metode analisa data dengan cara bermula dari data yang bersifat umum tersebut, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru* yaitu nilai sesuatu dan harga yang terdiri atas dasar suka sama suka (*an-taradin*) pemakaian kata *tsanam* lebih umum daripada *qimah* yang menunjukkan harga riil yang telah disepakati. Sedangkan *si'ru* merupakan harga ditetapkan untuk barang dagangan. Harga adalah nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan.³⁴ Menurut Sayyid Sabiq harga merupakan apa yang sama-sama disetujui oleh kedua belah pihak yang berinteraksi baik itu harga lebih besar, lebih kecil atau sama.

Menurut Rachat Syafe'i harga merupakan sesuatu yang direlakan dalam akad, baik sedikit, lebih besar, atau sama nilai dengan barang.³⁵ Ridwan Iskandar Sudayat menyatakan bahwa harga suatu barang adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Sebagaimana telah kita ketahui salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang yang mahal dan murah. Sebagai contoh, gaji dan upah adalah harga jasa bagi seseorang yang bekerja. Bentuk

³⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016). h. 154.

³⁵ Racmat Syafe'i *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000). h. 87.

atau sebutan harga lain adalah uang sewa, Tiket, tol, honorarium, SPP, dan sebagainya.

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang didapatkan dengan uang.³⁶

Fandi Tjipto mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran. Terdapat berbagai macam istilah untuk penyebutan harga, perbedaan istilah harga tersebut menyesuaikan pada situasi dan tempat.

Fandi tjiptono menyatakan harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalkan iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, spp, dan sebagainya. Harga berpengaruh langsung pada laba usaha diperoleh diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga per unit dikalikan kuantitas yang terjual, dirumuskan sebagai berikut:

³⁶ Buchari Alma, *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005). h. 169.

$$\text{Laba Pendapatan} - \text{Total Biaya}$$

$$(\text{Harga per unit} \times \text{Kuantitas yang terjual}) - \text{Biaya Total}$$

Harga sangat berperan dalam setiap usaha yang dilakukan, sebab tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang terjual. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang terjual. Harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi suatu keuangan dan laba usaha. Dari sudut pandang suatu konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indicator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan suatu barang atau jasa. Nilai (*value*) dapat didevinsikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga atau dapat dirumuskan sebagai berikut

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Manfaat Yang Dirasakan}}{\text{Harga}}$$

Dari rumus diatas dapat dipahami bahwa jika manfaat yang dirasakan oleh konsumen meningkat pada harga tertentu, maka nilainya akan meningkat. Demikian sebaliknya, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat pada harga tertentu seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana para pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.³⁷

Ahli Ekonomi telah menyusun Teori harga umum yang dapat dipakai untuk menganalisa semua problem yang mnyangkut harga barang konsumsi, Tingkat rupiah, tingkat devisa harga pasar modal,dan seabgainya yang menggambarkan prinsip umum penetapan harga, diantaranya adalah:

- a. Menurut Michael J. Etzel

Pengertian Harga menurut Michael J. Etzel adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dolar) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar (Price is valu expressed in term of dollars of money medium of exchange).

Didalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain.

³⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Penerbit Andi,1997). h. 151.

Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.

b. Menurut Indrio Gitosudarmo

Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan tetapi faktor faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga.

Jadi pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.

c. Menurut Kotler

Pengertian harga menurut kotler, adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Didalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak. Diperusahaan- perusahaan besar, Penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk. Bahkan dalam perusahaan-perusahaanini, manajemen puncak menyusun tujuan dan kebijakan tentang penetapan harga umum dan sering kali menyetujui harga yang diusulkan oleh manajemen peringkat bawah.³⁸

³⁸ Danang Sunyoto. *Ekonomi Manajerial (Konsep terapan Bisnis)*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academi Pubishing Service). h. 179-180.

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

Harga terbentuk dan kompetensi produk untuk memenuhi tujuan dua pihak yaitu produsen dan konsumen. Produsen memandang harga sebagai nilai barang yang mampu memberikan manfaat keuntungan diatas biaya produksinya.

Harga Premium (*premium price*) merupakan persentase dimana harga yang ditetapkan melebihi melebihi harga *benchmark* yang ditetapkan untuk sebuah produk. Harga premium juga dikenal sebagai harga relatif (*relative price*).³⁹

2. Jenis-Jenis Harga

Banyak istilah dalam penyebutan harga produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Seringkali kita temukan harga dengan satuan decimal tertentu atau memakai selisih yang relative sangat kecil, dan masih banyak menetapkan harga sebuah produk. Berikut ini jenis-jenis harga yang dikenakan pada suatu produk:

³⁹ Ujang Sumarwan, dkk, *Pemasaran Strategik*, (Jakarta: Inti Promosindo, 2009). h.45.

a. Harga Daftar (*List Price*)

Harga daftar adalah harga yang diberitahukan atau publikasikan, dari harga ini biasanya pembeli dapat memperoleh potongan harga.

b. Harga Netto (*Net Price*)

Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya merupakan harga daftar dikurangi potongan dan kemurahan.

c. Harga Zone (*Zone Price*)

Harga Zone adalah harga yang sama untuk suatu daerah zone atau daerah geografis tertentu.

d. Harga Titik Dasar (*basing point price*)

Harga Titik Dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi atau titik basis tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis disebut *single basing point system*, dan disebut *Multiple basing point system* apabila digunakan lebih dari satu titik basis.

e. Harga Stempel Pos (*Postage stamp delivered price*)

Harga Stempel Post adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.

f. Harga pabrik (*factory price*)

Dalam hal ini pembeli membayar di pabrik atau tempat pembuatan, sedangkan angkutan di tanggung oleh pembeli. Dapat juga pihak penjual menyerahkan sampai atas alat angkutan yang disediakan pembeli.⁴⁰

g. Harga F.A.S (*Free alongside price*)

Harga F.A.S adalah untuk barang yang dikirim lewat laut. Biayanya angkutan di tanggung oleh penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran ditanggung oleh pembeli.

h. Harga C.I.F (*cost alongside price*)

Harga C.I.F adalah harga barang yang diekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman barang dan lain-lain sampai diserahkan barang itu kepada pembeli dipelabuhan yang dituju.

i. Harga gasal (*odd price*)

Harga gasal adalah harga yang angkanya tidak bulat atau mendekati bulat, misalnya Rp 9.999,- atau Rp 1.999.900,-. Cara ini bermaksud mempengaruhi pandangan pembeli supaya kelihatan murah, meskipun hanya sedikit perbedaannya, tapi dapat merangsang pembelian konsumen.⁴¹

Beberapa wawasan penting dapat diamati dari model teoritis ini yang berguna dalam mempertimbangkan masalah-masalah sesungguhnya dari pendekatan harga. Wawasan ini meliputi :

⁴⁰ *Ibid.*, h.185.

⁴¹ *Ibid.* h.187.

- a. Baik skedul permintaan industry maupun segmen dari skedul industry yang dihadapi oleh suatu perusahaan adalah miring kebawah ke kanan. Bagi industry tentu saja ini berarti bahwa jika makin besar kuantitas produksi yang akan dijual, maka harga produksi ini mestilah menurun. Pergeseran dalam posisi kurva ini terjadi sebagai akibat dari persaingan antar industry. Akan tetapi, pergeseran demikian dalam skedul permintaan industry ini, mungkin dipercepat oleh pengaruh gabungan dari kegiatan-kegiatan promosi dari masing-masing perusahaan dalam industry ini.
- b. Walaupun perusahaan individu biasanya menghadapi skedul permintaan yang miring kebawah kekanan, ia bahkanlah tanpa penolong untuk pergerakan tertentu yang dapat mempengaruhi posisi labanya. Berbeda dengan petani, manajer tipe perusahaan ini dapat melaksanakan beberapa *Control* terhadap harga-harga yang ditentukannya untuk produksinya. Sejauh mana ia dapat melampaui level harga kompetitif yang mampu diciptakan oleh nilai produknya, cirri-ciri khasnya, dan penyediaannya bagi umum. Disamping itu kemampuan untuk menetapkan harga diatas harga pasar adalah berkaitan dengan efektivitas usaha promosi nonharga dari perusahaan dan tingkat persaingan yang dihadapi dari para produsen produk atau jasa-jasa substitusi.
- c. Kemampuan untuk menetapkan harga selalu dibawah harga industry yang umum diterima juga bergantung pada reaksi para pesaing. Jika penetapan harga dibawah harga pasar itu mencerminkan posisi perusahaan yang lebih

rendah dilihat dari kualitas produk dan atau penanaman pasar, maka sedikit perbedaan harga barangkali dapat dipertahankan. Tetapi jika penetapan harga yang lebih rendah daripada saingan itu adalah hasil dari strategi sadar yang bertujuan meningkatkan penetrasi pasar, maka dapat diperkirakan akan datang reaksi persaingan, baik bersifat harga maupun nonharga.

- d. Alternatif dari promosi nonharga bertujuan menggeser skedul permintaan kekanan, sehingga lebih banyak produk dapat dijual pada suatu harga tertentu.⁴²

3. Konsep Harga dalam Islam

Melihat sejarah dan praktek perdagangan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW jelaslah bahwa dalam islam, harga sesungguhnya menjadi bagian yang tidak boleh diintervensi hal ini sebagai upaya membentuk harga yang adil (qimah al adl) yang sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran dipasar. Dalam konsep islam pertemuan antara permintaan dan penawaran harus sesuai dengan prinsip rela sam rela, tidak ada pihak yang terpaksa dan dirugikan secara dzolim pada tingkat harga tersebut.

Dikutip oleh Sumar'in Ibnu Tamiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga yaitu *iwad al mithl* (equivalen compensation/Kompensasi yang setara) dan *thaman al mithl* (equivalen price/harga yang setara). Dalam majmu fatwa-nya Ibnu Tamiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku (s'ir) dimana penduduk

⁴² Warshaw, *Strategi Harga dalam Pemasaran*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), h. 192.

menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan Eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan bagi penjual dan pembeli secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal, dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Konsep harga yang adil didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dibandingkan dengan, misalnya *just price*. *Just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasarkan pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas kurang memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki nilai tersendiri atas suatu barang.⁴³

4. Ruang Lingkup Teori Harga

⁴³ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 177.

Dalam Teori Harga ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar dapat memahami seluruhnya, antara lain:

1. Kenaikan dan Penurunan Harga

Apabila terjadi kenaikan atau penurunan harga, jumlah barang yang dapat dibeli oleh masyarakat niscaya akan mengalami perubahan pula. Apabila harga-harga naik, kebanyakan orang akan merasa menjadi lebih miskin dari pada keadaan sebelumnya, sekalipun ternyata jumlah pendapatan yang mereka terima tetap sama.⁴⁴

2. Penentuan Harga Maksimum dan Minimum

Penentuan Harga Maksimum dan Minimum biasanya terkait dengan barang-barang kebutuhan pokok. Kebijakan ini biasanya dilakukan pemerintah untuk mengatasi permasalahan harga yang tidak stabil. Apabila harga terlalu tinggi maka pihak konsumen yang dirugikan, sebaliknya jika harga terlalu rendah produsenlah yang rugi. Dengan demikian, kita semua memahami campur tangan yang dilakukan pemerintah dengan penetapan harga baik maksimum maupun minimum adalah untuk mengeliminir kerugian masing-masing pihak baik produsen maupun konsumen. Kebijakan harga minimum (*Floor Price*) Atau kebijakan harga terendah ditujukan apabila harga yang tercipta dipasar terlalu rendah. Misalnya pada saat panen

⁴⁴ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan makro*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.125.

raya, dimana jumlah penawaran jauh melebihi permintaan yang ada, sehingga harga dipasar menjadi anjlok. Oleh sebab itu, Pemerintah perlu campur tangan dalam menstabilkan harga.⁴⁵

3. Jenis-jenis Perubahan Harga

a. Perubahan harga umum

Yaitu apabila kenaikan atau penurunan harga barang dan jasa diakibatkan karena kondisi makro ekonomi yang berubah, misalnya terjadi ketidak-seimbangan antara penawaran dan permintaan barang secara umum. Perubahan harga umum menyebabkan perubahan daya beli umum (*general purchasing power change*) dapat untung atau rugi daya beli ini akan diperhitungkan sebagai komponen dalam perhitungan keuntungan.

b. Perubahan Harga Khusus

Yaitu apabila harga barang dan jasa tertentu berubah dikarenakan adanya peningkatan selera konsumen dan perubahan teknologi yang dapat menyebabkan harga berubah.⁴⁶

c. Intervensi Pemerintah dalam Regulasi Harga

Regulasi harga sesungguhnya tidaklah populer didalam khasanah pemikiran ekonomi Islam sebab regulasi harga yang tidak tepat justru dapat menimbulkan ketidak adilan. Regulasi harga diperkenankan pada

⁴⁵ Tri Kunawangsih Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: PT Gasindo, 2006), h.97.

⁴⁶ Winwin Yadiati, *Teori Akuntansi*, (Jakarta:Prenda Media Group, 2007), h.112.

kondisi-kondisi tertentu dengan tetap berpegang pada nilai-nilai keadilan. Regulasi harga harus menunjukkan 3 fungsi dasar yaitu:

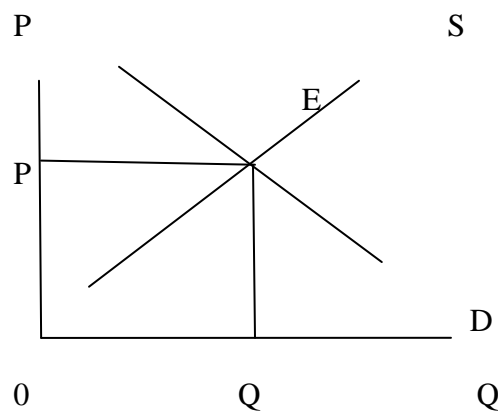
- 1) Harus menunjukkan fungsi ekonomi yang berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan realokasi sumber daya ekonomi.
- 2) Harus menunjukkan fungsi moral dalam memelihara keseimbangan sosial antara masyarakat kaya dan masyarakat miskin.
- 3) Harus menunjukkan fungsi moral dalam menegakkan nilai-nilai syariah Islam, khususnya yang berkaitan dalam transaksi ekonomi (misalnya kejujuran, keadilan, kemanfaatan).⁴⁷

Pada dasarnya Islam memandang mekanisme pasar sebagai suatu alamiah, sehingga intervensi pasar tidaklah diperlukan. Dalam ekonomi Islam, penentu harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran harus terjadi secara sukarela, tidak ada pihak teraniaya atau merasa terpaksa untuk berinteraksi. Sebagaimana yang dikutip oleh Adiwarta A Karim Menurut Ibn Tamiyah :” Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan/atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Menurut Adiwarta Karim, bahwa penentu harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan

⁴⁷ Sumar'in., *Op.Cit.* h.178.

permintaan dan penawaran .⁴⁸ Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran haruslah terjadi secara rela sama rela , tidak ada pihak yang merasa terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Harga yang terbentuk melalui mekanisme pasar ini oleh ahli fikih dirumuskan sebagai *Saman misl* (*price equivalent*).

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa keseimbangan pasar terjadi pada saat bertemunya harga yang ditawarkan pedagang (P) dengan jumlah barang yang ingin dibeli konsumen (Q), Dimana Pada Titik Perpotongan Tersebut (E) produsen dan konsumen bertransaksi dalam keadaan sama-sama rela (*'antaradim minkum*) denfgan tingkat harga sebesar P (*saman misl*).



Intervensi pasar hanya dilakukan jika terjadi distorsi terhadap permintaan dan penawaran, dan mekanisme pengendalian dilakukan dengan menghilangkan distorsi termasuk penentuan intervensi harga untuk menormalkan harga. Meskipun demikian pemerintah dibolehkan bertindak secara langsung untuk menjual maupun membeli barang-barang kebutuhan

⁴⁸ Adiwarmarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.169.

masyarakat untuk menjamin agar harga yang berlaku menghasilkan harga keseimbangan yang wajar. Artinya pemerintah boleh melakukan intervensi secara tidak langsung dengan jalan bertindak sebagai pelaku pasar (pembeli maupun penjual). Kebolehan mengintervensi pasar tersebut apabila kenaikan harga terjadi disebabkan distorsi terhadap *supply* dan *demand*.

para ahli fikih merumuskan bahwa intervensi pasar diperbolehkan apabila:

- 1) Menyangkut kepentingan masyarakat, yaitu melindungi penjual dalam hal profit Margin sekaligus melindungi pembeli dalam hal *Purchasing power*.
- 2) Bila tidak dilakukan intervensi penjual akan menaikkan harga dengan cara ikhtikar atau menjual diatas harga pasara (*ghaban fahisy*).
- 3) Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.
- 4) Produsen tidak mau menjual barang kecuali pada harga yang lebih tinggi dari harga pasar, padahal konsumen membutuhkan barang tersebut.
- 5) Produsen menawarkan harga yang terlalu tinggi kepada konsumen sedangkan konsumen meminta pada harga yang lebih rendah.
- 6) Pemilik Jasa, misalnya tenaga kerja menolak bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi dari harga pasar yang berlaku, padahal masyarakat membutuhkan jasa tersebut.⁴⁹

⁴⁹ Isnaini Harahap, dkk, *hadist hadist ekonomi*, (Jakarta: kencana , 2015). h. 116.

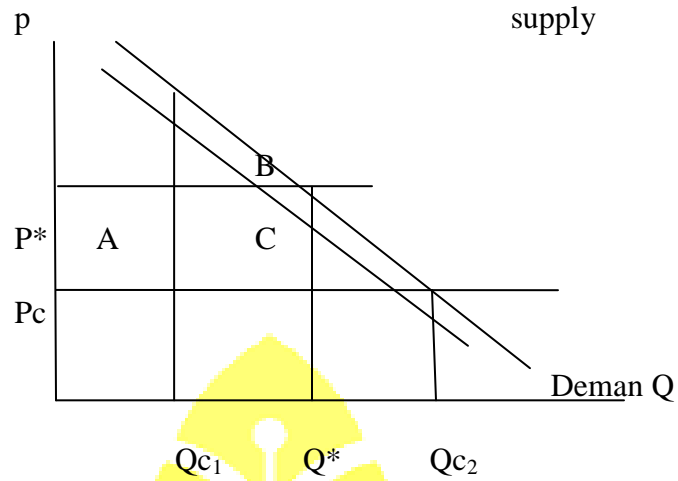
Yang menjadi alasan bolehnya intervensi pemerintah didalam pasar adalah ketika kaum muslimin mengalami kenaikan harga sehingga sulit memperoleh gandum. Untuk mengatasi hal tersebut, Umar bin al-Khattab melakukan intervensi pasar dengan cara mengimpor gandum dari Mesir.⁵⁰ Dalam keadaan kekurangan barang pokok, pemerintah dapat memaksa pedagang yang menahan barangnya untuk menjual barangnya.

1) *Ceiling price*

Salah satu bentuk intervensi harga oleh pemerintah yaitu dengan menetapkan *ceiling price* atau harga maksimum terhadap komoditas tertentu, sebagai mana diilustrasikan dalam gambar akan dijelaskan pengaruh intervensi pemerintah melalui *ceiling price* harga yang terbentuk oleh mekanisme pasar secara bebas adalah p^* dengan kuantitas barang yang diminta konsumen sebesar Q^* kemudian pemerintah menentukan dukungan harga melalui *ceiling price* tertentu pada tingkat harga P_c . Tindakan pemerintah ini menaikkan permintaan konsumen menjadi Q_{c2} , padahal jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen dengan tingkat harga sebesar P_c adalah Q_c . Selisihnya merupakan kelebihan pemerintah atau *excess supply* sebesar $(Q_{c2} - Q_{c1})$ pada harga P_c , hal ini disebut dengan *excess supply*. Adanya *excess supply* mendorong timbulnya pasar gelap yang selanjutnya menimbulkan korupsi dan kolusi.⁵¹

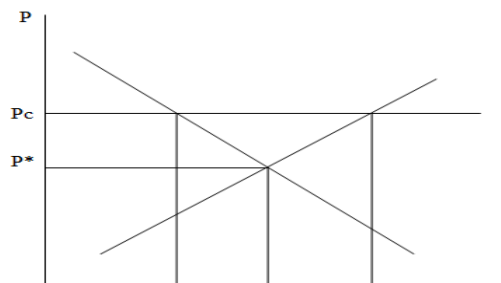
⁵⁰ *Ibid.*, h.118.

⁵¹ *Ibid.*, h.118.



Dengan adanya *ceiling price* konsumen akan memperoleh tambahan surplus, namun kedua belah pihak, produsen dan konsumen akan kehilangan sejumlah surplus yang tidak dinikmati oleh siapapun (*dead weight loss/DWL*).

2) Intervensi Harga (*Floor Price*)



Intervensi harga juga dapat dilakukan pemerintah melalui penetapan *floor price* atau harga minimum. Berdasarkan gambar akan di perhatikan dampak ditetapkannya *floor price* oleh pemerintah. Harga yang terbentuk oleh mekanisme pasar secara bebas adalah P^* dengan kuantitas sebesar Q^* . kemudian pemerintah menetapkan dukungan harga (*floor price*) terhadap komoditas tertentu pada tingkat harga P_C . Tindakan pemerintah ini menaikkan penawaran menjadi Q_{C_2} sekaligus menurunkan permintaan menjadi Q_{C_1} .⁵²

Dalam al-Qur'an tidak sampai menyebutkan kebijakan pasar tentang pasar daging, pasar gula, kecamban atau kebutuhan sehari-hari lainnya. Dalam hal yang berkaitan dengan aturan-aturan kebutuhan perorangan dan keseharian atau ketika kita berbicara tentang ekonomi, maka kita dipersilahkan untuk berijtihad dengan berpijak pada dalil-dalil al-Qur'an yang masih bersifat global tersebut dan perlu diperhatikan bahwa Islam mengajarkan masalah-masalah perekonomian dalam prinsip-prinsip ta'awun, tawazun dan adil. Prinsip keadilan ini antara lain dapat dilihat Q.S. An Nisa': 58.

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

” Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di

⁵²*Ibid.*, h. 120-121.

antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.⁵³Q.S An-Nisa (4): 58).

4. Kontrol Harga

Annas bin malik menceritakan bahwa harga harga naik dimasa rasulullah SAW. Orang-orang berkata :“sesungguhnya allah lah yang menetapkan harga membatasi dan memberi kelimpahan serta mencukupi makanan dan sungguh saya berharap bahwa saya akan menemui tuhanku tanpa ada sorang pun diantara kalian yang akan menuntutku untuk bertanggung jawab, baik dalam persoalan darah maupun harga.” (Tarmidzi, abu daud, dan ibnu majah).

Nabi SAW tidak bersedia melakukan campur tangan dengan menetapkan atau mengontrol harga, beberapa langkah sering beliau ambil untuk meniadakan penimbunan, menghapus monopoli serta melarang bisnis spekulatif agar harga tidak meningkat secara tidak wajar.

Para fuqaha berpandangan bahwa pemerintahan islam dapat melakukan campur tangan dan menetapkan harga jika para pembisnis jahat, spekulan dan penimbun telah menaikkan harga bbahan makanan dan barang barang kebutuhan sehari hari, dengan cara menciptakan kelangkaan. Dalam

⁵³ Departemen Agama., *Op.Cit.*,h. 87.

situasi normal, pemerintah tidak boleh melakukan campur tangan terhadap harga alami yang terjadi di pasar bebas.⁵⁴

5. Elastisitas Harga

Elastisitas harga adalah persentase perubahan jumlah yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut.

Angka Elastisitas Harga:

- a. Inelastis : Perubahan permintaan (dalam persentase) lebih kecil dari perubahan harga.
- b. Elastis : Permintaan dikatakan elastic apabila perubahan sesuatu menyebabkan perubahan permintaan yang besar.
- c. Elastis Unitary : jika harga naik 10% maka permintaan barang turun 10%
- d. Inelastis Sempurna : Berapapun harga , orang akan tetap membeli jumlah yang dibutuhkan.
- e. Elastis tak terhingga : Perubahan harga sedikit saja menyebabkan perubahan permintaan tak terhingga besarnya⁵⁵
- f. Faktor- Faktor yang menentukan Elastisitas Harga
 - 1) Tingkat Substitusi
 - 2) Jumlah pemakai
 - 3) Proporsi kenaikan harga terhadap pendapatan Konsumen

⁵⁴ Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: kencana, 2012). h. 135 – 136.

⁵⁵ Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta:Prenamedia Group). h. 55.

4) Jangka waktu⁵⁶

Dalam buku Eko Suprayitno Ibnu Khaldun mengakui adanya pengaruh permintaan dan penawaran terhadap penentuan harga. Hal ini sangat penting untuk diketahui karena peranan permintaan dan penawaran terhadap penentuan harga tidak begitu baik difahami di dunia barat sampai akhir abad -19 sampai abad -20.

Ibnu khaldun menekankan bahwa kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya. Faktor yang menetapkan penawaran menurut Ibnu Khaldun adalah permintaan, tingkat keuntungan relative, tingkat usaha manusia, besarnya tenaga buruh termasuk ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, ketenangan dan keamanan, kemampuan teknik dan perkembangan masyarakat secara menyeluruh.

Faktor-faktor yang menentukan permintaan adalah pendapatan, jumlah penduduk, kebiasaan dan adat istiadat, serta pembangunan dan kemakmuran masyarakat.⁵⁷

B. Penetapan Harga

Ta'sir (penetapan harga oleh pihak pemerintah) merupakan salah satu praktek yang tidak dibolehkan oleh agama Islam. Pemerintah tidak memiliki hak dan kewenangan untuk menentukan harga tetap sebuah komoditas kecuali pemerintah

⁵⁶ *Ibid.*, h.58.

⁵⁷ Eko Suprayitno, *ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional* (Yogyakarta :Graha ilmu,2005). h.175

telah menyediakan pada para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual menggunakan harga yang ditentukan.⁵⁸

Prinsip dasar yang terdapat dalam ekonomi Islam ialah kebebasan berusaha yang diiringi dengan kesadaran untuk menjaga batas-batas aturan yang telah ditetapkan oleh Syari'at. Aturan yang terpenting yang harus diperhatikan ialah keadilan, qana'ah, kepatuhan pada Kaidah-kaidah untuk memperoleh laba yang baik dan halal, yaitu dalam batas sepertiga. terdapat dalam firman Allah:

دَعُوا لِلنَّاسِ يَرْزُقِ اللَّهُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ

”Biarkanlah sebagian orang diberi rezeki oleh Allah SWT melalui manusia yang lain.”⁵⁹

Seperti yang dijelaskan pada prinsip diatas pada dasarnya tidak boleh ada penetapan harga. Seorang penguasapun tidak boleh menetapkan harga barang yang diperjualbelikan dikalangan masyarakat dan para ulamapun menyepakati hal tersebut.

Penetapan harga merupakan salah satu praktek yang tidak diperbolehkan oleh syari'at Islam. Pemerintah yang memiliki kekuasaan ekonomi tetap tidak memiliki kekuasaan dan hak untuk menetapkan harga sebuah komoditas, kecuali bila pemerintah telah menyediakan untuk para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang telah disepakati bersama. Tatkala

⁵⁸ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h.147

⁵⁹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, (Jakarta:Gema Insani, 2011), h.251.

Rasulullah SAW didatangi oleh seorang sahabatnya untuk meminta penetapan harga yang tetap namun Rasulullah menolaknya, Beliau bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ فَقَالَ: بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ، وَأَنْتِي لَأَرْجُوا أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
وَلَيْسَ لِأَحَدٍ عِنْدِي مَظْلَمَةٌ. (رواه أبو داود)

”Dari abu Hurairah berkata: Fluktuasi harga (turun naik) itu adalah perbuatan Allah sesungguhnya saya ingin berjumpa dengan-Nya, dan saya tidak melakukan kedzaliman pada seseorang yang bisa dituntut dari saya.”(H.R Abu Dawud).⁶⁰

1. Tujuan Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga pada sebuah perusahaan mengikuti prosedur enam langkah

- a. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya memertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
- b. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual perperiode, pada tingkat-tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin tidak elastic, semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan.
- c. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
- d. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.

⁶⁰ Abu Dawud, *Shahih Sunan Abu Daud*, jilid III, No Hadits 3450, h.581.

- e. Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri penetapan harga biaya plus, analisis pulang pokok peroleh, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.
- f. Perusahaan memilih harga final, menyatakannya dalam cara psikologis yang efektif dan mengeceknya untuk menyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur, grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah.⁶¹

Tujuan penetapan Harga antara lain:

a. Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

b. Memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

c. Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

d. Prestise

⁶¹ Philip Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.107.

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

e. Pengembangan atas invertasi (ROI)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*Return on Investment*) yang diinginkan.⁶²

Menurut Iskandar Putong disamping untuk mengetahui lingkungan pasar dimana harga-harga itu akan ditetapkan, manajer pemasaran harus merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaannya. Sebagai hasil studi Brooking Institution dan sebuah artikel jurnal yang menyertainya oleh salah seorang penyelidik utama, telah agak jelas tujuan-tujuan penetapan harga yang terpenting dalam perusahaan-perusahaan besar, yaitu:

- a. Penetapan harga untuk mencapai suatu target *return on investmen* (pengembalian atas investasi).
- b. Stabilisasi harga dan margin.
- c. Penetapan harga untuk mencapai target market share (pangsa pasar).
- d. Penetapan harga untuk mengatasi dan mencegah persaingan.
- e. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba.⁶³

2. Faktor Penetapan Harga

Pada dasarnya ada dua faktor yang mempengaruhi penetpan harga yaitu

⁶² Rambat & Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h.217.

⁶³ Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), h.

a. Memperkirakan permintaan produk (*Estimate for the product*)

Ada dua langkah memperkirakan permintaan yaitu:

- 1) Memperkirakan berapa besarnya harga yang diharapkan (*The expected price*). Harga yang diharapkan untuk satu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadar dinilai oleh konsumen atau pelanggan.
- 2) Memperkirakan penjualan dengan harga yang berbeda (*Estimate of sales at various price*) manajemen eksklusif harus juga dapat memperkirakan volume penjualan dengan harga yang berbeda, sehingga dapat ditentukan jumlah permintaan, elastisitas permintaan, dan titik impas yang mungkin tercapai.

b. Reaksi Pesaing (*Competitive reaction*)

Pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman persaingan yang potensial. Sumber persaingan tersebut berasal dari tiga macam, yaitu

- 1) Produk yang serupa, misalnya rokok jarum 76 dengan rokok bintang buana.
- 2) Produk pengganti, misalnya merek gulaku dengan merek Tropicanaslim.
- 3) Produk yang tidak serupa, tetapi mencari konsumen yang sama, misalnya jasa pendidikan perguruan tinggi dengan produk computer, produk sepeda motor dengan mobil.

c. Bauran Pemasaran Lainnya (*Other parts of the marketing mix*)

- 1) Produk

Kegunaan produk baru atau tidaknya produk, modifikasi produk dan lainnya

2) Saluran distribusi

Tipe saluran dan tipe pialang yang dipergunakan akan mempengaruhi penetapan harga, harga ke grosir tentu berbeda ke pengecer.

3) Promosi

Siapakah yang melaksanakan atau bertanggung jawab dalam promosi Promosi dilakukan oleh produsen dan jika dilakukan oleh distributor tentu berbeda menetapkan harga kepada distributor.⁶⁴

3. Strategi Penetapan Harga

Karena produk-produk baru itu menua dalam arti kehilangan sinar keunikannya atau menghadapi peningkatan persaingan dari barang pengganti, maka strategi harga yang sesuai dengan tahap introduksi dari siklus hidup produk, haruslah diperbaiki sesuai dengan berjalannya waktu. Dengan meningkatkan persaingan, harga-harga tertekan kebawah, dan harga menjadi unsur dominan dalam perpaduan promosi. Jika preferensi mereka melemah dan merek-merek pribadi memasuki pasar, tidak banyak yang dapat dilakukan selain dari menurunkan harga dengan segera untuk mencegah persaingan dari merek pribadi itu. Ini tidak lain dari pada fakta bahwa dalam tahap kedewasaan

⁶⁴ Danang Sunyoto, *Op Cit.*, h. 180.

dari siklus hidup produk, persaingan itu pada umumnya adalah berdasarkan harga.

Untuk memenangkan sebuah persaingan, maka pihak produsen harus menentukan strategi harga yang tepat bagi produknya, Menurut Indriyo Gitosudarmo ada dua strategi penetapan harga yaitu Strategi harga bagi produk baru dan strategi harga bauran produk

a. Strategi Harga bagi produk baru

Dalam pemasaran penetapan harga tinggi pada produk baru disebut *market skimming pricing* dan penetapan haarga ini akan berhasil jika

- 1) Cukup banyak permintaan terhadap produk yang bersangkutan.
- 2) Harga yang tinggi tidak diasumsikan bagi yang menarik bagi para persaingan.
- 3) Harga yang tinggi diasumsikan akan mampu meningkatkan citra produk yang superior.⁶⁵

Sedangkan penetapan harga rendah pada produk baru disebut *penetration pricing* dan akan berhasil jika:

- 1) Pasar sangat peka, sehingga harga yang rendah mampu merangsang pertumbuhan pembeli potensial sebanyak-banyaknya.
- 2) Pengalaman produksi mampu menekan biaya produksi dan biaya distribusi.

⁶⁵Danang Sunyoto, *Op.Cit.*, h.182.

3) Harga yang rendah tidak menarik bagi pesaingnya.

b. Strategi harga baruan produk

Pada inti strategi penetapan harga untuk bauran produk adalah kebersamaan diantara harga-harga produk secara keseluruhan. Karena penetapan harga untuk aburan produk harus mempertimbangkan masalah biaya produksi dan pasar. Dimana biaya produksi dipasar masing-masing produk berbeda. Disamping itu strategi penetapan harga ini juga mempertimbangkan maslah profit yang diperoleh, apakah dengan harga yang ditetapkan memberikan peningkatan profit atau justru menurunkan profit tersebut.⁶⁶ Strategi harga bauran produk dibedakan menjadi 4 yaitu:

1) Harga Garis Produk

Penetapan harga berdasarkan garis produk adalah menetapkan harga menurut jenis produk. Karena pada kenyataannya perusahaan tidak hanya memproduksi satu jenis prodk, akan tetapi dapat lebih dari salah satu jenis produk.

2) Harga produk pelengkap

Selain berbagai macam varian produk yang diproduksi pihak produsen seringkali memproduksi atau menyipkan produk lengkap pendukung produk utama.

3) Harga produk penawan (captive)

⁶⁶ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1999), h. 79.

Produsen juga hanya menjual produk utama saja, tanpa pelengkap lainnya.

4) Harga produk sampingan

Seringkali perusahaan tidak dapat menghindari untuk memproduksi produk lain disamping produk utamanya. Walaupun bukan utama, namun tetap saja pihak produsen harus mengeluarkan biaya.⁶⁷

Selain strategi penetapan harga produk diatas, ada juga penetapan harganya memakai metode ini, yaitu:

1) Metode biaya tambah (*cost plus pricing method*)

Metode ini menyatakan bahwa penetapan harga satu unit produk sama dengan biaya total unit ditambah dengan margin laba yang diinginkan per unit produknya. Sehingga secara matematik dirumuskan sebagai berikut

$\text{Harga jual} = \text{biaya total unit} + \text{profit margin}$
--

2) Metode harga keseimbangan permintaan dan suplai

Metode penetapan harga ini paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harganya memaksimalkan laba. Bagi perusahaan metode ini juga penting untuk diketahui sebagai perbandingan metode atau dapat didayagunakan didalam situasi khusus, dalam proses penetapan harga berdasarkan keseimbangan permintaan dan suplai ini diasumsikan bahwa perusahaan akan terus menjual dan memproduksi jumlah unit yang lebih

⁶⁷ *Ibid.*, h. 81.

banyak selama jumlah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjumlahan unit terakhir lebih besar dari biaya marginal. Kotler (1992) menyatakan bahwa penentuan harga terutama sekali mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar, dan keinginan konsumen, penetapan harga ini dinamakan *Demand oriented pricing* yang meliputi:

a) *Perceived value pricing* berapa nilai produk dipandang konsumen terhadap yang dihasilkan perusahaan.

b) *Demand differential pricing* adalah penetapan harga jual produk dengan dua macam harga atau lebih yang didasarkan pada konsumen, versi produk, tempat atau gudang dan waktu.

c) *Demand differential pricing* ini disebut juga price discrimination meliputi:

- (1) Berdasarkan konsumen (*customer basis*) yaitu bahwa seseorang penjual akan menawarkan harga yang berbeda untuk suatu jenis barang yang sama.
- (2) Berdasarkan versi produk (*product version basis*) yaitu produk-produk yang sama tetapi dibuat sedikit berbeda.
- (3) Berdasarkan tempat (*place basis*) yaitu penetapan harga dengan menilai fasilitas yang diberikan pada suatu tempat tertentu.
- (4) Berdasarkan Waktu (*time basis*) yaitu penetapan harga dengan melihat situasi dan kondisi tertentu.

c. Metode harga pesaing

Metode ini berorientasi pada kekuatan pasar, dimana harga jual dapat sama dengan harga pesaing, bisa lebih mahal atau lebih murah. Metode penetapan harga ini digunakan jika terjadi persaingan yang ketat dan produk tidak terlihat perbedaannya dengan produk pesaing dan adanya pasar oligopoly. Perusahaan akan menurunkan harga lebih murah dari produk pesaing jika pengecer bertujuan pada total penjualan dengan keuntungan relative kecil. Kotler membagi menjadi dua metode yaitu :

1. *Ging rate pricing* adalah suatu penetapan harga dimana perusahaan berusaha menetapkan harga setingkat dengan harga rata-rata industri. Metode ini digunakan jika biayanya sulit diukur dan harga yang berlaku dipasar dapat memberikan keuntungan yang layak.
2. *Sealed bid pricing* adalah suatu penetapan harga yang didasarkan pada tawaran yang diajukan oleh pesaing. Metode ini umumnya dilakukan dalam situasi persaingan untuk merebut kontrak atas tender.⁶⁸

4. Penetapan harga menurut Hukum Islam

Setelah Rasulullah SAW kemadinah beliau menjadi pengawas pasar (*Muhtasib*). Pada saat itu mekanisme pasar sangat dihargai, pada saat itu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan da

⁶⁸Indriyo Gitosudarmo, *Op. Cit.*, h. 188-194.

Dalam penetapan harga (*Tas'ir*). Ketika harga sedang naik karena dorongan permintaan penawaran yang dialami. Diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali imam Nasa'i) diriwayatkan sebagai berikut:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَشَا ذَةَ وَ
حُمَيْدٍ وَثَابِتٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ عَلِيٌّ السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ
لَمُسَعِّرُ الْقَابِضِ الْبَاطِلِ وَالرَّازِقِ الْبَاطِلِ لَأَرْجُو أَنَّ أَلْقَى رَبِّي وَ لَيْسَ أَحَدٌ
يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

”Telah menceritakan kepada kami Muhammad Ibnul Mutsanna berkata, telah menceritakan kepada kami Hajjaj berkata, telah menceritakan kepada kami hammad bin salamah dari Qatadah dan Humaid dan Tsabit dari Anas bin Malik ia berkata, 'Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah SAW, maka orang-orangpun berkata “Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi maka tetapkanlah standar harga untuk kami”, beliau lalu bersabda: 'Sesungguhnya Allah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan dia yang member rezeki, sungguh ketika aku berjumpa kebapa Allah tidak ada seorangpun dariku yang meminta pertanggung jawaban dariku dalam darah dan harta.”⁶⁹

Para ulama mengambil Istinbath dari hadits tersebut, haramnya intervensi penguasa dalam menetapkan harga barang, karena hal tersebut dianggap kezaliman. Setiap manusia bebas menggunakan hartanya, Membatasi mereka berarti menafikan kebebasan tersebut. Melindungi kemaslahatan pembeli bukanlah hal yang lebih penting dari kemaslahatan penjual. Hal tersebut sama perlunya maka wajib hukumnya membiarkan kedua belah pihak berijtihad untuk kemaslahatan mereka.

⁶⁹ Isnaini Harahap, dkk *Op.Cit.*, h.109

Mazhab maliki dan hambali membolehkan seorang penguasa melakukan penetapan harga untuk guna mencegah hal yang dapat meugikan masyarakat. Dalam kondisi seperti ini diperbolehkan bagi penguasa untuk melakukan penetapan harga setelah melakukan permusyawarahan dengan para ahli yang mengerti dengan hal tersebut. Landasan yang dijadikan oleh ulama yang membolehkan hal ini ialah beberapa kaidah dasar Fiqh, yaitu:

الضَّرُّ يُرَى

”Kemudharatan harus dilenyapkan.”

يُتَحَمَلُ الضَّرُّ الْخَاصُّ لِمَنْحِ الضَّرِّ الْعَامِ

”Kemudhartan yang Khusus dapat ditoleransi guna mencegah timbulnya kemudharatan yang bersifat umum.”⁷⁰

Nabi tidak menetapkan harga jual dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan terjadi kedzaliman, sedangkan zalim adalah haram. Jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli jika harga yang ditetapkan terlalu rendah akan menzalimi penjual. Mekanisme penentu harga dalam islam harus sesuai dengan maqasid al-syariyah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dengan menerangi distorsi pasar. Dalam

⁷⁰ Wabwah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 252.

menentukan harga suatu barang atau jasa lain-lainnya harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada dan dapat diterima oleh berbagai pihak.

Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT, dalam surat Asy-Syura' ayat 181-183

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ , وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ , وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

” Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di bumi ini dengan kerusakan.⁷¹

Dari ayat diatas, dapat kita simpulkan bahwa didalam jual beli bukan hanya untuk penipuan saja yang dilarang, melainkan monopoli, manipulasi dan mengurangi mutu, takaran yang apabila diketahui oleh pembeli akan menimbulkan rasa ketidak ikhlasan untuk memperoleh barang yang dibeli.

Prinsip dasar dalam perekonomian islam adalah kebebasan berusaha yang dibarengi dengan kesadaran untuk menjaga batasan-batasan aturan yang telah ditetapkan oleh syariat islam. Aturan yang terpenting yang harus diperhatikan adalah keadilan, qanaah, kepatuhan pada kaidah-kaidah memperoleh laba yang baik dan halal, yaitu dalam batas sepertiga.⁷²

⁷¹ Departemen Agama, *Op.Cit.*, h. 374

⁷² Wabwah Az-Zuhaili, *Op.Cit.*, h.251

Sesungguhnya tidak diperbolehkan adanya penetapan harga . Seorang penguasa juga tidak diperkenankan untuk mematok harga barang yang diperdagangkan dimasyarakat.

Apabila seorang penguasa telah menetapkan harga, maka pihak yang melanggarnya maka yang menjual diatas harga penetapan itu, boleh dikenakan sanksi. Hal ini karna mereka telah secara terang-terangan menentang pemerintah pemimpinnya. Tetapi penjualan yang mereka lakukan tetap sah karena kondisi biasa seseorang tidak berhak dhalangi untuk menjual barang miliknya dengan harga yang ditentukan sendiri. Ibnu Rifa'ah, seorang ulama mazhab syafi'i dan sebagian ulama lain membolehkan penetapan harga pada saat harga barang mahal.⁷³

Dalam sejarah Islam masalah penentuan harga dibebaskan berdasarkan persetujuan masyarakat. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang terjadi, Mekanisme pasar yang bebas menyuruh masyarakat muslim untuk mematuhi peraturan . Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga dimadinah pada saat itu tiba-tiba naik. Pada sepanjang kenaikan harga terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni dan wajar, yang tidak dipaksa atau adanya tekanan pihak tertentu (tekanan monopolistik dan monoponistik) maka tidak ada alasan untuk tidak

⁷³ Ibid., 252.

menhormati harga pasar. Khalifah Umar bin al-Khattab melarang mematok harga karena Rasulullah SAW melarang menetapkan harga.⁷⁴

Penentuan harga dapat membawa kepada hilangnya barang dan pasaran, ini berarti membawa kenaikan harga. Kenaikan harga yang berbahaya untuk orang-orang fakir yang pada dasarnya mereka tidak mampu membeli barang, sementara akan memperkaya orang-orang yang sudah kaya dengan jalan mereka membeli barang dari pasar gelap dengan harga yang sangat mahal sekalipun. Dalam keadaan seperti ini kedua belah pihak terjebak kedalam kesempitan dan kesulitan.⁷⁵

Menurut Abu Yusuf harga tidak bergantung hanya pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Oleh sebab itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi, Abu Yusuf menjelaskan bahwa ada variabel lainnya yang mempengaruhi. Tetapi beliau tidak menjelaskan secara terperinci, bisa jadi variabel itu adalah pergeseran jumlah permintaan atau jumlah uang yang berada di suatu Negara, atau karena terjadinya penimbunan atau penahanan barang.⁷⁶ Menurut Abu Yusuf keberadaan yang bersamaan antara melimpahnya barang dan tingginya harga serta kelangkaan barang dan harga rendah.

⁷⁴ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pranata, 2012). h. 169-170.

⁷⁵ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, (Bandung: PT Alma'arif, 1987). h. 102.

⁷⁶ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Prenamedis Group, 2014). h. 217.

Mazhab maliki dan hanafi membolehkan seorang pengausa melaukukan penetapan harga guna mencegah terjadinya hal yang dapat merugikan masyarakat, seperti para pedagang menaikkan harga secara tajam dari harga normal.

Dalam kondisi normal ulama sepakat atas haramnya melakukan Tas'ir, tetapi dalam kondisi ketidakadilan terdapat berbagai perbedaan pendapat ulama. Imam malik dan sebagian syafi'iyah memperbolehkan tas'ir dalam keadaan ghala. Apabila terjadi harga tinggi dipasar dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi dari hara harga sebenarnya, mazhab maliki berpendapat bahwa ini harus dihentikan.⁷⁷

⁷⁷ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro*, (Jakarta:Pustaka setia,2013). h. 222-223.

BAB III

LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum tentang Perum Damri

1. Sejarah berdirinya Perum Damri

Enam puluh enam tahun yang lalu, tepatnya tanggal 25 November 1946 Damri lahir ditengah kancai perjuangan, dengan semangat yang dilandasi makloema (dibaca: Maklumat) menteri perhoebungan (dibaca: perhubungan) repoeblik (dibaca: republik) Indonesia nomor :1/DAM/4 dibentuklah “Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonessia (dibaca: jawatann angkutan motor republic Indonesia disingkat DAMRI. Dan diperkuat dengan dewan pertahanan Negara nomor: 29 tahun 1946 yang dilator belakang dengan beberapa peristiwa heroic dengan pengorbanan baik jiwa maupun harta.

Pada tahun 1942, pertama klnya bala tentara jepang menginjakkan kaki dibumi Indonesia dalam rangkaian perang ekspansi perang pasifik. Salah satu ssaran dan tujuannya adalah pulau jawa, kemudian zaman pendudukan jepang dalam mengatur strategi militernya dengan membentuk perusahaan angkutan yaitu Zidosha Sokyoku sebagai angkutan penumpang dengan kendaraan bermotor, dan Java Unyu Zigyosha/ kounso, sebagai angkutan barang dengan truk, gerobak atau cikar;

Dengan semangat berjuang untuk mewujudkan ikrar sumpah pemuda yang dikumandangkan pada tanggal 28 oktober 1982, masih melekat didada

para pejuang. Oleh karena itu suatu kesempatan bagi pemuda-pemuda Indonesia terutama dipulau jawa untuk bekerja pada perusahaan tersebut dengan tujuan utamanya adalah merebut dan mengambil alih pengelolaan yang akhirnya berhasil. Kemudian semua alat angkut ijadikn sarana perjuangan untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Dan sejak saat itulah para pemuda tersebut dikenal dengan perintis dan pejuang pendahulu berdirinya damri.

Selanjutnya status damri ditentukan atas kebijakan pemerintah antara lain:

- a. Makloemat (dibaca : maklumat) menteri perhoeboengan (dibaca : perhubungan) repoeblik (dibaca : republik) Indonesia nomor : 1/DAM/46
Dibentulah djawatan angkoetan motor disingkat DAMRI dengan sifat monopoli dan berdikari.
- b. Tahun 1950 status damri masih djawatan tetapi dibawah supervise jawatan lalu lintas, dengan sifat usaha bersaing.
- c. Tahun 1955 status DAMRI menjadi djawatan vertikal (ICW) dengan sifat usaha bersaing.
- d. Tahun 1961 terjadi peralihan status menjadi badan pimpinan umum perusahaan Negara (BPUPN) berdasarkan peraturan pemerintah nomor: 233 tahun 1961, dan sifat usahanya bersaing.
- e. Tahun 1965 penghapusan badan pimpinan umum perusahaan Negara (BPUPN) dan ditetapkan menjadi perusahaan Negara (PN) dengan sifat usaha bersaing.

f. Pengalihan penetapan status dari perusahaan Negara menjadi perusahaan umum (PERUM) berdasarkan peraturan pemerintah nomor : 31 tahun 1982, disempurnakan dengan peraturan pemerintah nomor 31 tahun 1984 dan diubah kembali dengan peraturan pemerintah nomor :31 tahun 2002 dan sampai saat ini. Sesuai BAB III pasal 3 PERUM Damri diberi tugas dan wewenang untuk “menyelenggarakan jasa angkutan umum untuk penumpang dan atau barang diatas jalan dengan kendaraan bermotor”.

Berdasarkan undang-undang Republik Indonesia nomor: 19 tahun 2003 tentang badan usaha milik Negara (BUMN) sesuai dengan BAB III pasal 36 adalah: “Maksud dan tujuan perusahaan umum (PERUM) adalah menyelenggarakan usaha yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan atau jasa yang berkualitas dengan harga terjangkau oleh masyarakat berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan yang sehat.”⁷⁸



Logo DAMRI

Logo DAMRI resmi ditetapkan pada tahun 1963. Sebelumnya selama awal berdirinya Djawatan Angkutan Motor RI sampai perubahan status

⁷⁸ Dokumen Perum Damri cabang Bandar Lampung

menjadi perusahaan Negara tidak menggunakan logo. Pada akhirnya terciptalah logo yang dimaksudkan dengan argumentasi bus yang digunakan sarana di atas jalan raya pengangkut penumpang mempunyai dua roda depan yang dapat diarahkan sesuai dengan arah yang dituju, mempunyai alat kemudi dan mesin bersinergi mengatur jalannya bus yang didalam hal ini dimaksudkan adalah bus DAMRI sebagai perusahaan. Selanjutnya kalau suku kata D, A, M, R, dan I. mesin digambarkan sebagai sayap kanan dan kiri yang masing masing berlapis dua dan tiap tiap lapis mempunya 4 dan 6 lembar bulu, yang berfungsi sebagai penggerak bus DAMRI untuk mencapai tujuan, yaitu sejahtera adil dan makmur. Sejahtera adil dan makmur digambarkan dengan kapas yang berbunga sebanyak delapan bunga dan tangkai padi mempunya 17 biji padi. Satu tangkai bunga kapas dan satu tangkai padi membentuk dengan angka 11. Satu tangkai kapas dan satu tangkai padi digambarkan sebagai angka 8 dan 17, menunjukan arti tanggal 17 agustus dimana pada tahun 1945 terjadi proklamasi kemerdekaan Indonesia dan setahun kemudian tanggal 25 november 1946 damri lahir, masih dalam suasana perang fisik kemerdekaan.

1. Analisa data

Dua ban = angka "2"

DAMRI = Lima Huruf = 5

Kapas = 8 Tangkai = 1

Padi = 17 Biji = 1

Sayap Kiri = 4.6 Lembar =46

Sayap Kanan = 4.6 Lembar = 46

2. Analisa Angka

A. No. 1 dan No. 2 = "2" + "5" = 25

B. No. 3 Kipas Dan No. 3 Padi = "1" + "1" = 11

C. No. 4 Kiri Dan No. 4 Kanan = "4.6" + "4.6" = 46

3. Kesimpulan

A - B - C = 25 - 11 - 46

25 - 11 - 46 = tanggal lahir djawatan angkoetan motor repoeblik Indonesia.

Disingkat DAMRI.

4. Analisa Gambar

a) Dua Ban adalah Jumlah ban depa kendaraan roda empat sebanyak 2 buah dan dapat digerakkan alat kemudi sesuai ara htujuan yang dikehendaki pengemudi. Dan dua ban berkonotasi karyawan dan alat kemudi adalah managemen yang engelola perusahaan.

b) Huruf DAMRI adalah perusahaan yang dikelola oleh manajemen yang bekerja sama , sama-sama bekerja dalam suasana kebersamaan dengan para karyawan.

c) Sayap berkonotasi sebagai mesin penggerak yang menentukan maju mundurnya perusahaan.

d) Kipas dan padi adalah lambang dari kesejahteraan social dan ini merupakan tujuan perusahaan.

e) Kapas bertangkai 8, padi berisi 17 biji ini menggambarkan bahwa DAMRI lahir dalam suasana revolusi kemerdekaan.⁷⁹

5. Filosofi DAMRI

D = damai dan sejahtera merupakan dasar pelayanan perusahaan

A = Aman, nyaman dan selamat mengantar pelanggan sampai tujuan.

M = Maju berkembang bersama pelanggan

R = Rasa memiliki menjadi motivasi para karyawan

I = Iman dan taqwa kepada tuhan yang maha esa senantiasa diamalkan.

Untuk mencapai tujuan perusahaan, setiap insane DAMRI memiliki sifat bekerja kejar, jujur (terbuka) dan pantang menyerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan mempertahankan kemandirian perusahaan dengan menciptakan suasana damai melalui kerja sama, sama-sama bekerja sama dalam suasana kebersamaan, serta dapat memberikan rasa aman dengan menjaga lingkungan kerja yang menyenangkan dan perilaku ramah dilandasi kekuatan iman dan taqwa⁸⁰

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi penyedia jasa angkutan jalan yang aman, terjangkau, berkinerja unggul, adalah masyarakat Indonesia dan regional Asean.

⁷⁹ www.Damri.co.id

⁸⁰ [https:// www.damrilogistics.co.id/nilai-perusahaan-makna-logo-damri](https://www.damrilogistics.co.id/nilai-perusahaan-makna-logo-damri) . 28 oktober 2018.

b. Misi

1. Menyajikan layanan angkutan jalan berkelas dunia (*World class Land Transportation Provider*) yang aman (*safe*) berkualitas prima (*High Quality service*) dan terjangkau (*Affordable*) yang dapat memuaskan pengguna jasa (*customer Satisfaction*) di Indonesia dan regional Asean.
2. Menjalankan prinsip pengelolaan perusahaan yang baik (*Good corporate Governance*) dalam rangka memenuhi harapan stake holder.
3. Mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi sosial budaya nasional serta regional Asean sekaligus menjaga keutuhan wilayah Negara kesatuan republik Indonesia.

3. Lokasi Perusahaan

Perum Damri cabang Bandar Lampung terletak di Jl. Kapten Abdul Haq No.28, Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung. Lokasi Perum Damri ini sangat strategis karena mudah dijangkau dari jurusan manapun. Karena berada ditengah kota Bandar Lampung, apabila kita sudah berada ditanjung Karang, kita bisa mengunjungi Perum Damri menaiki angkutan jurusan Tanjung Karang- Rajabasa yang berwarna biru muda.

4. Layanan

Untuk mempertahankan eksistensi Damri sebagai penyedia angkutan jalan raya yang aman, handal, terjangkau, serta unggul dalam kinerja, Damri mengutamakan kualitas pelayanan, keamanan dan kepuasan pelanggan melalui

penyediaan pelayanan dengan 7 (tujuh) segmen usaha yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia yaitu:

a. Angkutan Kota

Melayani kebutuhan transportasi masyarakat dalam trayek perkotaan baik regular maupun BRT (Bus Rapid Transit). Angkutan kota diselenggarakan oleh 20 kantor cabang damri dan 2 SBU khusus dan untuk BRT Transjakarta.

b. Angkutan Antar Kota

Terdiri dari angkutan antar kota dalam provinsi (AKDP) dan angkutan antar kota antar provinsi (AKAP). 34 kantor cabang damri memiliki layanan angkutan antar kota.

c. Angkutan antar Lintas batas Negara

Melayani trayek dari Pontianak (Indonesia) tujuan kuching (Malaysia) dan tujuan Bandar seri Begawan (Brunai). Damri sedang merintis rute antar Negara lainnya seperti ke timor leste dan papua nugini.

d. Angkutan pemadu moda

Melayani angkutan dari dan menuju bandara di 22 kota. Kantor cabang angkutan bandara Soekarno-hatta memiliki layanan terbesar yang terdiri dari 27 trayek didukung lebih dari 270 unit armada.

e. Angkutan Travel/ pariwisata

Melayani angkutan travel atau pariwisata dengan menggunakan kendaraan minibus dan bus besar. Unit ini juga bekerjasama dengan kementerian ketenagakerjaan dalam pengangkutan tenaga kerja Indonesia (TKI)

dari terminal kedatangan di bandara internasional Soekarno-Hatta ke daerah-daerah asal TKI.

f. Angkutan Logistik

Melayani pengiriman barang dengan menggunakan truck. Damri bekerja sama dengan PT Pos Indonesia untuk tujuan Medan, Dumai, Surabaya, dan Mataram di jalur primer dan sekunder. Damri juga melayani angkutan barang sebagai pelayanan terusan dari kereta api logistik serta pihak swasta lainnya seperti Astra, farmasi, Carefour, Unilever, dan Lin-lain.

g. Angkutan penugasan pemerintah

Melayani daerah-daerah terpencil dan terisolir yang belum dilayani oleh perusahaan angkutan lain. Angkutan perintis merupakan penugasan dari pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan transportasi agar anak-anak dapat bersekolah, biaya logistik dapat berkurang, dan hasil bumi dapat terdistribusikan.⁸¹

5. Personalia

Salah satu sumber daya perusahaan yang penting yaitu sumber daya manusia (SDM). Untuk mencari karyawan sebagai tenaga kerja, kepala perusahaan secara langsung terlibat dalam proses perekrutan untuk setiap karyawannya. Calon karyawan diuji terlebih dahulu mengenai keahlian dengan bidang yang akan diisi, agar menghindari adanya kesalahan dalam penempatan.

⁸¹ <https://damri.co.id> diunduh pada Kamis 8 November 2018 pukul 00.42

Saat ini jumlah karyawan yang terdapat pada perusahaan Damri cabang Bandar Lampung adalah orang yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Staf operasional
- b. Staf Administrasi
- c. Staf Montir

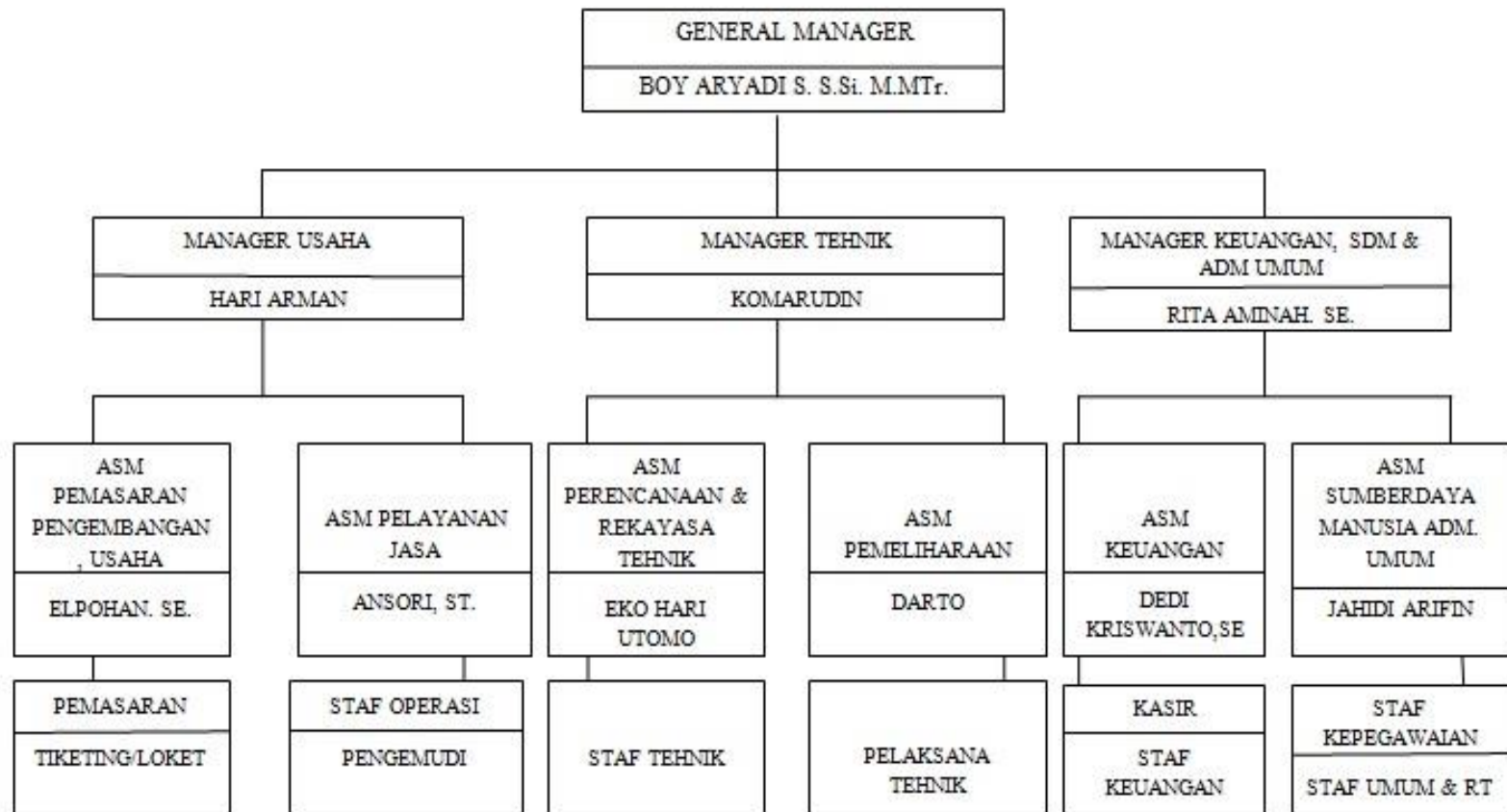
Jumlah Armada Bus Damri di Perum Damri cabang Bandar Lampung ada 78 bus yang terdiri dari:

- a. Bisnis AC :38
- b. Royal class :20
- c. Executive :20⁸²

Untuk menghindari adanya rasa ketidakpuasan karyawan, dalam perum damri menerapkan system kekeluargaan dalam memimpin bawahannya. Menggunakan system motivasi dengan melakukan pendekatan personal pada setiap karyawan dengan tujuan agar karyawan merasa bagian dari perusahaan seutuhnya.

⁸² Dokumen Perum Damri cabang Bandar Lampung.

**BAGAN STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN UMUM DAMRI
(PERUM DAMRI)
KANTOR CABANG LAMPUNG**



Tabel I

2. Pelaksanaan Tushlah tiket Angkutan Umum Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta

Daftar Tarif Bus Perum Damri Cabang Lampung

No	Trayek	Jenis Layanan	Tarif
1	B. Lampung – Jakarta (Gambir)	Royal Class	Rp 235. 000
2	B. Lampung – Bogor	Royal Class	Rp 255. 000
3	B. Lampung – Bandung	Royal Class	Rp 265. 000
4	B. Lampung – Bekasi	Royal Class	Rp 250. 000
5	Metro – Jakarta / Gambir	Royal Class	Rp 250. 000
6	Metro – Bekasi	Royal Class	Rp 260. 000
7	Talang Padang – Bandung	Royal Class	Rp 285. 000
8	Talang Padang – Jakarta / Gambir	Royal Class	Rp 255. 000
9	Pringsewu – Bandung	Royal Class	Rp 275. 000
10	Pringsewu - Jakarta / Gambir	Royal Class	Rp 250. 000
11	Kota Bumi - Jakarta / Gambir	Royal Class	Rp 275. 000
12	Bandar Jaya - Jakarta / Gambir	Royal Class	Rp 255. 000
1	B.Lampung - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 205. 000
2	B.Lampung – Bogor	Executive	Rp 220. 000
3	B.Lampung – Bandung	Execuive	Rp 230. 000
4	Metro – Bnadung	Executive	Rp 254. 000
5	Metro - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 220. 000
6	Metro – Bogor	Executive	Rp 230. 000
7	Pringsewu - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 225. 000
8	Talan Padang - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 235. 000
9	Kota Agung - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 245. 000
10	Unit II - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 245. 000
11	Simpang Randu - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 230. 000
12	Simpang Bungur - Jakarta / Gambir	Executive	Rp 230. 000
13	Sukada Jakarta / Gambir na -	Executive	Rp 230. 000
14	B.Lampung – Kampung Rambutan	Executive	Rp 215. 000
15	B.Lampung – Depok	Executive	Rp 220. 000
16	B.Lampung – Cikarang	Executive	Rp 185. 000
1	B.Lampung - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 165. 000
2	B.Lampung - Bekasi	Bisnis	Rp 175. 000
3	B.Lampung – Badung	Bisnis	Rp 195. 000
4	Metro - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 175. 000

5	Prinsewu - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 175. 000
6	Bandar Jaya - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 180. 000
7	Talang Padang - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 185. 000
8	Kota Bumi - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 190. 000
9	Gaya Baru - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 210. 000
10	Rumbia - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 210. 000
11	Simpang Randu - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 200. 000
12	Simpang Bungur - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 200. 000
13	Sukadana - Jakarta / Gambir	Bisnis	Rp 200. 000
14	B.Lampung – Jakarta	Bisnis	Rp 300. 000
15	B.Lampung – Bumiayu	Bisnis	Rp 280. 000

Sumber: Dokumen Perum Damri Bandar Lampung

Tabel II
Daftar Tarif Bus Lebaran Perum Damri Cabang Lampung⁸³

No	Trayek	Jenis Layanan	Tarif
1	B.Lampung – Jakarta	Royal Class	Rp.330 . 000
2	B. Lampung – Bekasi	Royal Class	Rp.335. 000
3	B. Lampung – Bogor	Royal Class	Rp.350. 000
4	B.Lampung –Bandung	Royal Class	Rp.370. 000
5	B.Lampung – Bumi Ayu	Royal Class	Rp.625. 000
6	B. Lmpung – Yogyakarta	Royal Class	Rp.-
7	B. Lampung – KP rambutan	Royal Class	Rp.-
8	B.Lampung – Depok	Royal Class	Rp.-
9	Metro – Jakarta	Royal Class	Rp.345. 000
10	Pringsewu – Jakarta	Royal Class	Rp.345. 000
11	Bandar Jaya – Jakarta	Royal Class	Rp.350. 000
12	Talang padang – Jakarta	Royal Class	Rp.350. 000
13	Kota bumi – Jakarta	Royal Class	Rp.365. 000
14	Gaya baru – Jakarta	Royal Class	Rp.-
15	Metro – bogor	Royal Class	Rp.360. 000
16	Talang padang – bandung	Royal Class	Rp.390. 000
17	Kota bumi – bandun	Royal Class	Rp.399. 000
18	Pringsewu – bandung	Royal Class	Rp.380. 000
19	Metro – bekasi	Royal Class	Rp.355. 000
20	Metro – bandung	Royal Class	Rp.-
21	Kota agung – Jakarta	Royal Class	Rp.-

⁸³ Dokumen Perum Damri Bndar Lampung.

22	Unit II – Jakarta	Royal Class	Rp.-
23	Simpang randu – Jakarta	Royal Class	Rp.-
24	Simpang bungur – Jakarta	Royal Class	Rp.-
25	Sukadana – Jakarta	Royal Class	Rp.-
26	Rumbia – Jakarta	Royal Class	Rp.-
27	Bandar lampung – buntu	Royal Class	Rp.-
28	Bandar lampung – cikarang	Royal Class	Rp.-
29	Daya murni – Jakarta	Royal Class	Rp.-
30	Metro – depok	Royal Class	Rp.-
1	B.Lampung – Jakarta	Executive	Rp.280. 000
2	B. Lampung – Bekasi	Executive	Rp.-
3	B. Lampung – Bogor	Executive	Rp.300. 000
4	B.Lampung –Bandung	Executive	Rp.320. 000
5	B.Lampung – Bumi Ayu	Executive	Rp.478. 000
6	B. Lmpung – Yogyakarta	Executive	Rp.-
7	B. Lampung – KP rambutan	Executive	Rp.295. 000
8	B.Lampung – Depok	Executive	Rp.305. 000
9	Metro – Jakarta	Executive	Rp.290. 000
10	Pringsewu – Jakarta	Executive	Rp.295. 000
11	Bandar Jaya – Jakarta	Executive	Rp.300. 000
12	Talang padang – Jakarta	Executive	Rp.310. 000
13	Kota bumi – Jakarta	Executive	Rp.-
14	Gaya baru – Jakarta	Executive	Rp.-
15	Metro – bogor	Executive	Rp.310. 000
16	Talang padang – bandung	Executive	Rp.-
17	Kota bumi – bandun	Executive	Rp.351. 000
18	Pringsewu – bandung	Executive	Rp.-
19	Metro – bekasi	Executive	Rp.-
20	Metro – bandung	Executive	Rp.330. 000
21	Kota agung – Jakarta	Executive	Rp.335. 000
22	Unit II – Jakarta	Executive	Rp.350. 000
23	Simpang randu – Jakarta	Executive	Rp.325. 000
24	Simpang bungur – Jakarta	Executive	Rp.325. 000
25	Sukadana – Jakarta	Executive	Rp.325. 000
26	Rumbia – Jakarta	Executive	Rp.-
27	Bandar lampung – buntu	Executive	Rp.-
28	Bandar lampung – cikarang	Executive	Rp.-
29	Daya murni – Jakarta	Executive	Rp.335. 000
30	Metro – depok	Executive	Rp.320. 000
1	B.Lampung – Jakarta	Bisnis	Rp. 205.000
2	B. Lampung – Bekasi	Bisnis	Rp. 215.000

3	B. Lampung – Bogor	Bisnis	-
4	B.Lampung –Bandung	Bisnis	Rp.245.000
5	B.Lampung – Bumi Ayu	Bisnis	Rp. 364.000
6	B. Lmpung – Yogyakarta	Bisnis	Rp. 395.000
7	B. Lampung – KP rambutan	Bisnis	-
8	B.Lampung – Depok	Bisnis	-
9	Metro – Jakarta	Bisnis	Rp. 215.000
10	Pringsewu – Jakarta	Bisnis	Rp. 215.000
11	Bandar Jaya – Jakarta	Bisnis	Rp. 220.000
12	Talang padang – Jakarta	Bisnis	Rp. 225.000
13	Kota bumi – Jakarta	Bisnis	Rp. 230.000
14	Gaya baru – Jakarta	Bisnis	Rp. 260 .000
15	Metro – bogor	Bisnis	Rp.-
16	Talang padang – bandung	Bisnis	Rp.-
17	Kota bumi – bandun	Bisnis	Rp.-
18	Pringsewu – bandung	Bisnis	Rp.-
19	Metro – bekasi	Bisnis	Rp.-
20	Metro – bandung	Bisnis	Rp.-
21	Kota agung – Jakarta	Bisnis	Rp.-
22	Unit II – Jakarta	Bisnis	Rp.-
23	Simpang randu – Jakarta	Bisnis	Rp.250. 000
24	Simpang bungur – Jakarta	Bisnis	Rp.250. 000
25	Sukadana – Jakarta	Bisnis	Rp.250. 000
26	Rumbia – Jakarta	Bisnis	Rp.260. 000
27	Bandar lampung – buntu	Bisnis	Rp.365. 000
28	Bandar lampung – cikarang	Bisnis	Rp.225. 000
29	Daya murni – Jakarta	Bisnis	Rp.-
30	Metro – depok	Bisnis	Rp.-

Sumber: Dokumen Perum Damri Bandar Lampung

Terdapat beberapa faktor penyebab naiknya harga tiket bus damri pada saat menjelang lebaran ,diantaranya karena faktor kebijakan pemerintah yang mainaikan bahan bakar dan energy, Faktor spekulasi harga yang yang dilakukan para spektulan sehingga terjadinya distorsi harga , dan Karena tingginya permintaan secara berlebihan. Selain itu juga, kenaikan harga juga bisa disebabkan oleh faktor bueuknya pelayanan

publik terutama bagi sektor transportasi dan lokasi pasar yang jauh dari pemukiman konsumen.

Penaikan harga yang terjadi di perum Damri lebih dipengaruhi karena meningkatnya jumlah permintaan dan adanya ketetapan yang diberikan oleh pemerintah. Penyebab kenaikan harga lainnya disebabkan karena biaya perawatan yang makin besar, dan bertambahnya jam kerja bagi kariawan, maka harus diadakannya biaya lembur bagi kariawan⁸⁴

Harga-harga yang berlaku ini sudah menjadi harga baku, karena pemerintah sudah menurunkan kebijakan kapan naikknya harga tiket menjelang lebaran, dan berapa persen kenaikan harga yang diberikan, maka perusahaan hanya menaikkan harga yang telah diturunkan oleh pemerintah.

Menurut bapak Suhandar, Bapak Ansori, Bapak Sirman, terjadinya kenaikan harga pada saat menjelang hari lebaran itu wajar terjadi, hal itu disebabkan meningkatnya biaya operasional dan menambahnya jam kerja dripada biasanya. Hal ini memang selalu terjadi disetiap tahunnya. Karena pemerintahpun memang mengeluarkan kebijakan untuk menaikkan harga pada saat hari raya.

Adanya kenaikan tiket menjelang hari raya idul fitri itu memang sudah diturunkan langsung oleh atasan dan kami sebagai kariawan hanya menjalankan harga yang memang sudah ditetapkan , dan kapan harga itu bisa naik dan bisa turun kembali.

⁸⁴ Wawancara bapak Suhandar, Bapak Ansori, Bapak Sirman, Kariawan Perum Damri Bandar Lampung, Pada tanggal 25 oktober 2018

Dari pendapat para responden tersebut dapat dipahami bahwa, kenaikan harga tiket pada saat menjelang lebaran terjadi karena meningkatnya jumlah penumpang, dan memang pemerintah sudah menurunkan kebijakan untuk naiknya harga tiket.

Menurut bapak Dedi, Bapak Musiran, Bapak Irwan, Bapak Tarwidi, Ibu putri, Ibu Sri, Ibu Naura, Bapak Kelan terjadinya tushlah tiket atau kenaikan harga cukup memberatkan bagi konsumen seperti beliau, karena dengan adanya kenaikan harga, pengeluarannya meningkat apalagi kalau mudik bareng dengan keluarga. Namun bapak Dedi memaklumkan kenaikan tiket menjelang lebaran karena memang mbludaknya jumlah permintaan dan kemacetan diperjalanan menyebabkan naiknya biaya akomodasi.⁸⁵

Menurut Ibu winarsih, Ibu jamilah, Ibu Siti, Ibu Tursiyem Kenaikan harga menjelang hari raya terkadang memang cukup memberatkan, namun memang sudah tidak ada pilihan lain, hal tersebut memang sudah umum terjadi disetiap tahunnya, dan memang mengendarai angkutan umum seperti damri cukup aman, dari pada harus membawa kendaraan sendiri, selain lebih lelah itu lebih beresiko juga karena jalanan begitu padat.⁸⁶

Menurut Bapak Khalif Kenaikan harga tiket pada saat lebaran memang sepertinya sudah lumrah terjadi, karna kami sebagai masyarakat pun menyadari

⁸⁵ Wawancara dengan, bapak Dedi, Bapak Musiran, Bapak Irwan, Bapak Tarwidi, Ibu putrid, Ibu Sri, Ibu Naura, Bapak Kelan Penumpang Perum Damri Bandar Lampung, Pada tanggal 29 Oktober 2018.

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu winarsih, Ibu jamilah, Ibu Siti, Ibu Tursiyem, Penumpang Perum Damri Bandar Lampung, Pada tanggal 29 Oktober 2018.

bahwa pada saat menjelang lebaran seperti itu jumlah penumpang membludak dan naiknya permintaan masyarakat untuk naik transportasi bus. Kenaikan harga yang terjadipun biasanya serentak terjadi karena memang sudah menjadi ketetapan dari pemerintah.⁸⁷

Menurut ibu Aminah, ibu Rina, Bapak Dedi, Ibu Tias, Bapak Muhamad, Bapak Rio, Bapak Fatih, Ibu Wahidah, Bapak Irawan, pada saat mendekati hari lebaran harga memang naik nya lumayan besar, berbagai transportasi pun harganya memang naik, terkecuali jika membawa kendaraan pribadi harga nya tetap namun kebutuhan pun meningkat. Seperti kebutuhan bahan bakar dan lama perjalanan sudah pasti bertambah. Memang sepertinya pemerintah menaikkan harga angkutan umum sebab di tv tv pun memang sudah diberitakan mengenai kenaikan harga tiket transportasi umum.⁸⁸

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Khalif, Penumpang Perum Damri Bandar Lampung, Pada tanggal 30 Oktober 2018.

⁸⁸ Wawancara dengan ibu Aminah, ibu Rina, Bapak Dedi, Ibu Tias, Bapak Muhamad, Bapak Rio, Bapak Fatih, , Ibu Wahidah, Bapak Irawan, Penumpang Perum Damri Bandar Lampung, Pada tanggal 30 Oktober 2018.

BAB IV

ANALISA DATA

A. Faktor Penyebab Tuslah Tiket H-7 Sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri Pada Perum Damri Trayek Bandar Lampung-Jakarta

Adapun yang menjadi faktor penyebab kenaikan harga tiket pada saat H-7 sampai H+7 pada saat hari raya adalah:

1. Kerana memasuki masa dimana meningkatnyapara pembeli tiket disebabkan karena menjelang hari raya idul fitri, banyak orang yang akan mudik menggunakan angkutan umum untuk menemui sanak saudaranya dikampung halamannya masing-masing.
2. Karena meningkatnya Biaya oprasional, terjadinya kemacetan yang sangat menggila pada saat lebaran tentu menyebabkan biaya oprasional naik. Waktu tempuh yang bertambah tentunya membuat biaya operasi meningkat, solar bertambah dan keausan suku cadang meningkat. Hal ini pastinya menjadi bahan pertimbangan untuk penentuan tarif.
3. Karena Lemburan Petugas, saat tanggal merah termasuk cuti bersama, perusahaan yang memperkerjakan pegawainya tentu harus memberikan insentif berupa uang lemburan. Itu sudah menjadi aturan ketenagakerjaan.

B. Tinjauan Hukum Islam tentang Tuslah Tiket H-7 sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Perum Damri trayek Bandar Lampung-Jakarta

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam islam, harga yang seharusnya berlaku dpasar yaitu harga yang adil.

Dalam bahasa arab terdapat beberapa macam terma yang maknanya menunjukkan kepada harga yang adil , antara lain: *si'r al-misl*, *sama al-misl* dan *qimah al-adl*. Istilah *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan rasulullah dalam kasus kompensasi pembebasan budak , dimana budak akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl* (sahih muslim). Umar bin khatab menggunakan istilah harga yang adil ketika menetapkan nilai baru atas diyat (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik. Istilah *qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya. Ibnu tamiyah sering mengguakan dua terma tentang harga, yaitu *'iwad al-misl* (*equivalen compensation* atau kompensasi yang setara) dan *saman al-misl* (*equivalen price/harga yag setara*). *Saman al-misl* adalah suatu konsep dimana harga yang ditetapkan didasarkan keadilan. Artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal sehingga produsen memperoleh harga yang sangat tinggi, namun juga tidak terlalu murah sehingga produsen rugi. *Saman misl* adalah harga yang wajar dan juga tingkat laba yang tidak berlebihan.

Tas'ir adalah intervensi Negara dalam menentukan harga, dengan ketentuan :

5. Pada dasarnya, penentuan harga berlandaskan atas asas kebebasan. Harga yang terbentuk merupakan hasil pertemuan antara permintaan dan penawaran.
6. Dalam kondisi tertentu, pemerintah boleh melakukan intervensi harga, yakni ketika terjadi penimbunan, adanya kolusi antar penjual, dan lain-lain.

7. Intervensi yang dilakukan bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat.
8. Harga yang ditetapkan harus berdasarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak ada pihak yang dirugikan.⁸⁹

Konsep *saman al misl* mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi, yaitu keadaan pasar yang kompetitif, bebas dari penipuan seperti pengguna timbangan dan takaran yang tidak benar atau melakukan manipulasi harga, dijelaskan dalam surat asy-syu'araa ayat 181-183 sebagai berikut:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ, وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ, وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan (Qs Asy-Asu'ara (42):181-183)”⁹⁰

Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Islam menjamin pasar dimana pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang

⁸⁹ Abdul sami' Al-Mishri, *Pilar-pilar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar,2006).
h.88.

⁹⁰ Departemen Agama, *Op.Cit.*, h. 374.

berjalan lancar dalam rangka keadilan. Prinsip dasar yang terdapat dalam ekonomi Islam ialah kebebasan berusaha yang diiringi dengan kesadaran untuk menjaga batas-batas aturan yang telah ditetapkan oleh Syari'at. Aturan yang terpenting yang harus diperhatikan ialah keadilan, qana'ah, kepatuhan pada Kaidah-kaidah untuk memperoleh laba yang baik dan halal, yaitu dalam batas sepertiga. terdapat dalam firman Allah:

دَعُوا لِلنَّاسِ يَرْزُقَهُ اللَّهُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ

Artinya: "Biarkanlah sebagian orang diberi rezeki oleh Allah SWT melalui manusia yang lain."⁹¹

Seperti yang dijelaskan pada prinsip diatas pada dasarnya tidak boleh ada penetapan harga. Seorang penguasapun tidak boleh menetapkan harga barang yang diperjualbelikan dikalangan masyarakat dan para ulamapun menyepakati hal tersebut.

Konsep harga yang adil jelas menunjukan panangan yang maju dalam teori harga. Jika konsep *Just Price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja, Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memili nilai tersendiri atas harga suatu barang. Itulah sebabnya syariah islam sangat menghargai harga yang terbentuk melalui kekuatan permintaan dan penawaran dipasar. Dijelaskan dalam hadis sebagai berikut:

⁹¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, (Jakarta:Gema Insani, 2011), h.251.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَشَا ذَةَ وَ حُمَيْدٍ
 وَ ثَابِتٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ عَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ
 سَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسَعِّرُ لِقَا
 بِيضِ الْبَاسِطِ الرَّازِقِ لِأَبِي لَأَرْجُو أَنَّ أَلْقَى رَبِّي وَ لَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي
 دَمٍ وَ لَا مَالٍ

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad Ibnul Mutsanna berkata, telah menceritakan kepada kami Hajjaj berkata, telah menceritakan kepada kami hammad bin salamah dari Qatadah dan Humaid dan Tsabit dari Anas bin Malik ia berkata, 'Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah SAW, maka orang-orangpun berkata "Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi maka tetapkanlah standar harga untuk kami", beliau lalu bersabda: 'Sesungguhnya Allah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan dia yang member rezeki, sungguh ketika aku berjumpa kepada Allah tidak ada seorangpun dariku yang meminta pertanggung jawaban dariku dalam darah dan harta.”⁹²

Dalam kondisi normal ulama sepakat atas haramnya melakukan Tas'ir, tetapi dalam kondisi ketidakadilan terdapat berbagai perbedaan pendapat ulama. Imam malik dan sebagian syafi'iyah memperbolehkan tas'ir dalam keadaan kritis. Apabila terjadi harga tinggi dipasar dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi dari harga sebenarnya, mazhab maliki berpendapat bahwa ini harus dihentikan.⁹³

Dalam sejarah islam masalah penentu harga dibebaskan berdasarkan persetujuan khalayak masyarakat. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang terjadi, karena mekanisme pasar yang bebas dan menyuruh masyarakat muslim

⁹²Isnaini Harahap, dkk, *hadist hadist ekonomi*, (Jakarta: kencana , 2015), h.109.

⁹³ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro*, (Jakarta:Pustaka setia,2013), h.222-223.

untuk mematuhi peraturan ini. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga dimadinah saat itu tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan harga terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni dan wajar, yang tidak dipaksa atau tekanan pihak tertentu (Tekanan monopolistik dan monoponistik), maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar. Khalifah Umar Bin Khatab juga melarang mematok harga karena Rasulullah SAW melarang mematok harga. Diriwayatkan Ashhaabus Sunan, dari Anas r.a., ia berkata, “Orang-orang bertanya kepada Rasulullah SAW, wahai Rasulullah, harga semakin melambung tinggi, maka hendaklah tua mematok harga untuk kami,” Maka Rasulullah menjawabnya, “Sesungguhnya Allah yang maha menentukan harga, yang menggenggang dengan tidak memberi, yang memberi, yang mengaruniai rezeki. Sesungguhnya aku berharap agar Allah yang member (patokan) dan bukan saah seorang diantara kalian yang memintaku agar berbuat zalim baik terhadap darah (nyawa) maupun harta benda.

penentuan tarif oleh Negara juga tidak dibenarkan menurut pandangan Islam, namun pasar harus dihilangkan dari berbagai distorsi (penyimpangan pasar) seperti monopoli, oligopoly, kartel, konglomerasi, dan sebagainya. Untuk semua kebutuhan tidak boleh ada penentu tariff dan tidak boleh ada distorsi pasar. Angkutan umum, baik darat, laut, dan udara tidak boleh ditetapkan tarifnya namun tidak boleh ada distorsi pasar. Demikian juga semua barang dan jasa baik bersifat pokok, maupun sekunder tidak boleh ditentukan tariff dan tidak boleh ada distorsi pasar. Harga harus tetap meerupakan kerelaan kedua belah pihak baik dia bernilai

sama dengan barangnya ataupun kesepakatan itu dibawah nilainya ataupun berada diatas nilainya sebenarnya.

Para ulama dari mazhab terkenal, yaitu Hambali dan Syafi'i, menyatakan bahwa pemerintah tidak mempunyai hak untuk menetapkan harga. Ibnu Qudamah Al-Maqdisi adalah salah seorang ualam bermazhab hambali menulis bahwa imam (Pemimpin Pemerintah) tidak memiliki wewenang untuk mengatur harga bagi penduduk. Penduduk boleh menjual barang mereka dengan harga yang mereka sukai. Ibnu Qudamah beralasan dari hadits yang diriwayatkan oleh Abu Huraira r.a yang mengatakan : “Bahwa ada seseorang laki-laki datang lalu berkata , “Wahai Rasulullah SAW tetapkanlah harga ini, maka beliau menjawab, “tidak” justru biarkanlah saja”Kemudian beliau didatangi oleh laki-laki lain dan berkata, Wahai Rasulullah SAW tetapkan lah harga ini, maka beliau menjawab, “tidak tetapi Allah yang berhak menaikkan dan menurunkan harga“

Dalam buku Lukman Hakim Ibnu Qudamah mengutip hadis diatas dan memberikan dua alasan tidak diperkenankan mengatur harga

1. Rasulullah SAW tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkannya. Bila itu diperbolehkan Rasulullah akan melaksankannya.⁹⁴
2. Menetapkan harga adalah suatu ketidakadilan (dhalim) yang dilarang. Ini melibatkan hak milik seseorang didalamnya. Setiap orang memiliki hak menjual dengan harga berapapun. Asal ia sepakat dengan pembeliannya.

⁹⁴ *Ibid., h.171.*

Mazhab maliki membolehkan seorang penguasa melakukan penetapan harga untuk guna mencegah hal yang dapat merugikan masyarakat. Dalam kondisi seperti ini diperbolehkan bagi penguasa untuk melakukan penetapan harga setelah melakukan permusyawaratan dengan para ahli yang mengerti dengan hal tersebut. Landasan yang dijadikan oleh ulama yang membolehkan hal ini ialah beberapa kaidah dasar Fiqh, yaitu:

الضَّرُّ يُرَى

”Kemudharatan harus dilenyapkan.”

يُتَحَمَّلُ الضَّرُّ الْخَاصُّ لِمَنْعِ الضَّرْرِ الْعَامِ

”Kemudharatan yang Khusus dapat ditoleransi guna mencegah timbulnya kemudharatan yang bersifat umum.”⁹⁵

Mazhab maliki dan hanafi membolehkan seorang penguasa melakukan penetapan harga guna mencegah terjadinya hal yang dapat merugikan masyarakat, seperti para pedagang menaikkan harga secara tajam dari harga normal.

Masalah harga atau lebih tepatnya harga keseimbangan sangat menentukan keseimbangan perekonomian, sehingga hal inipun telah dibahas dalam ekonomika islam. Dalam konsep Ekonomi Islam, yang paling prinsip adalah harga yang ditentukan oleh *Keseimbangan Penawaran dan Permintaan*.

⁹⁵ Wabwah Az-Zuhaili, *Op.Cit.*, h. 252.

Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingan atas barang tersebut. Jadi, Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga tersebut dari penjual.

apabila para pedagang sudah menaikkan harga diatas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat mebahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan harga tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud melindungi hak-hak orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari kecurangan para pedagang, inilah yang pernah dilakukan oleh Umar bin Khatab.

Prinsip Islam tentang pengaturan ekonomi sangatlah ketat seperti larangan praktek penipuan, ketidakjujuran, kecurangan, pemerasan, pemberian harga yang tidak wajar karena mengetahui pembeli benar-benar merasa membutuhkan barang yang hendak dibeli, atau karena suatu hal barang tersebut langka dipasaran. Ketentuan ini dimaksudkan supaya perilaku ekonomi dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga pihak tidak dirugikan, dan terciptanya kemaslahatan bagi manusia.

Ghazali memperkenalkan konsep elastisitas permintaan, yaitu dengan mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah. Hal ini akan meningkatkan volume penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

Dalam *majmu Fatawa ibn Tamiyah* disebutkan bahwa Ibnu Tamiyah berpendapat bahwa “Naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan (*Zulm/Injustice*) dari beberapa bagian transaksi. Terkadang penyebabnya adalah defisiensi dalam produksi atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar. Oleh karena itu, jika permintaan terhadap barang-barang itu menaik sementara ketersediannya atau penawarannya maka harganya akan naik. Sebaliknya, jika ketersediaan barang-barang menaik dan permintaan terhadapnya menurun, maka harga barang tersebut juga akan turun juga. Kelangkaan (*scarcity*) dan keberlimpahan (*abundance*) barang mungkin bukan disebabkan oleh tindakan sebagian orang, kadang-kadang disebabkan karena tindakan yang tidak adil atau juga bukan. Hal ini adalah kehendak Allah yang telah menciptakan keinginan dalam hati manusia.

Dalam buku Ika Yulia Fauzi Ibnu Khaldun menjelaskan dengan rinci bahwa keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya jika pedagang mengambil keuntungan yang sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen.⁹⁶

Imam Al-Ghazali dalam mengaitkan harga dengan keuntungan, menurut beliau keuntungan merupakan kompensasi dari kesulitan perjalanan. Resiko bisnis

⁹⁶ Ika Yulia Fauzi, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014).h. 220-223.

dan ancaman keselamatan bagi perusahaan, artinya harga bias dipengaruhi oleh keamanan perjalanan.

Menurut Ibnu Taimiyah kecenderungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun harga akan naik, begitu sebaliknya. Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “penentuan harga mempunyai dua bentuk yaitu ada yang boleh dan ada yang haram. Yang zalim, itulah yang diharamkan dan yang adil, itulah yang dibolehkan. Kemudian Qardhawi menyatakan apabila penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama.”⁹⁷

Dalam ekonomi Islam dikenal dengan harga yang adil, secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan bagi pihak tertentu, sehingga menyebabkan ruginya salah satu pihak yang lain. Harga harus mempertimbangkan manfaat bagi penjual dan pembeli secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Berdasarkan uraian diatas, diambil kesimpulan bahwa praktek jual beli yang terjadi pada perum Damri sudah sesuai dengan nilai-nilai etika bermuamalah secara islam. Hal ini dapat dilihat dari kenaikan harga yang sudah sesuai dengan

⁹⁷Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 257.

penentuan tarif yang diberikan , dan harganya sesuai dengan ketetapan yang diberikan oleh pemerintah,

Islam adalah agama yang sempurna yang menitikberatkan pada masalah aqidah dan syariah. Sebagaimana ia menjelaskan hubungan Rabb dan hambanya serta aab-adabnya termasuk dalam bermuamalah dan system perekonomiannya khususnya jual beli .Karena itu harus ada aturan yang adil, yang mengatur cara-cara bermuamalah dan jual beli, meliputi jual beli yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan.

Didalam buku Lukman Hakim Abdurrazaq meriwayatkan dalam al-mashnaf, Ibnu Hazm dalam al-Muhalla dan malik dalam al-Muwatha ‘bahwa umar pernah lewat dihadapan khatib bin Abi Balta’ah yang sedang berada dipasar al-mushalla. Didepan pedagang ini terdapat dua karung anggur kering. “Bagaimana engkau menjualnya wahai hathib? Tanya umar kepada hathib.” Dua *mud*-nya seharga satu dirham,”jawab hathib. Maka umar berkata, “Sungguh telah tiba serombongan unta yang dating dari thaif yang membawa anggur kering. Anda telah mematok harga standar dan mereka mengikutinya. Kalian para pedagang telah membeli dari rumah-rumah penduduk kami, semntara pasar ini pasar kami, tapi kalian telah memnggal leher kami, kalian menjualnya semau kalian? Juallah satu *sha*-nya (empat *mud*) dengan harga satu dirham, kalau tidak janganlah berdagang dipasar kami. Berjalanlah dimuk bumi ini dengan mengais dagangan

sebagaimana tengkuak (*al jaalib*) yang tidak punya kios dipasar, kemudian juallah sesuai cara kalian sendiri.⁹⁸

Dalam hal ini Umar bin Khatab selaku pemegang kekuasaan tertinggi ikut campur tangan dalam menangani harga pasar, dengan menentukan harga wajar yang tidak merugikan para pedagang dan tidak pula memberatkan para konsumen. Sedangkan melambungnya harga pada masa peperangan atau pada saat terjadinya krisis politik disebabkan oleh pasokan barang tersebut dipasaran yang tidak mencukupi, atau adanya penimbunan barang atau kelangkaan barang tersebut. Apabila tidak adanya barang tersebut akibat penimbunan maka pemerintah berhak menahan pelaku penimbunan tersebut. Pada masa Umar bin Khatab pernah terjadi peceklik yang hanya terjadi di Hijaz, sebagai akibatnya bahan menjadi sangat langka. Karena itu pula harga makanan melambung menjadi lebih tinggi, untuk mengatasinya, Khalifah Umar bin Khatab tidak mematok harga tertentu untuk makanan, serta mengirim dan mensuplai makan dari mesir dan dari Syam ke Hijaz, sehingga berahirlah kondiri tersebut.

Ibnu Qudama menganalisis penetapan harga dari pandangan ekonomis, yang juga mengindikasikan tidak menguntungkan bentuk pengawasan akan barang. Harga yang tinggi, pada umumnya bermula dari situasi meningkatnya permintaan/menurunnya pengawasan. Pengawasan harga hanya akan memperburuk situasi tertentu. Harga yang rendah akan mendorong permintaan baru atau

⁹⁸ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Bandung: Penerbit erlangga, 2012), h.169-170.

meningkatkan permintaan, juga akan mengecilkan hati para importer untuk mengimpor barang tersebut. Pada saat yang sama akan mendorong barang produksi dalam negeri mencari pasar luar negeri/menahan produksinya, sampai pengawasan harga secara local itu dilarang. Akibatnya, akan terjadi kurangnya pengawasan. Tuan rumah akan dirugikan akibat kebijakan itu dan perlu membendung berbagai usaha untuk membuat regulasi harga.

Namun demikian, dalam ekonomi islam terbentuknya harga keseimbangan pasar (*equilibrium price*) mempertimbangkan beberapa hal.

1. Bentuk pasar didalam ekonomi islam adalah pasar persaingan sempurna

Pasar saingan sempurna adalah pasar dimana kondisi pasar yang kompetitif yang mendorong segala sesuatunya menjadi persaingan sehat dan adil, suka sama suka (ba'ena an-tarodin minkum) hal ini sesuai dengan surat anisa ayat 29. Semakna dengan suka sama suka adalah sama sama merelakan keadaan masing masing diketahui oleh orang lain, berate produsen dan konsumen mengetahui secara langsung kelebihan dan kekurangan dalam pasar, maka menjadikan semua pihak mendapatkan kepuasan.

2. Dilarang melakukan ikhtar

Dalam ekonomi islam, siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan ikhtar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Seorang ulama salaf yaitu Ibnu Taimiyah mencatat beberapa factor yang berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran terhadap harga.

- a. Keinginan masyarakat atas suatu jenis barang mempunyai sifat berbeda beda.
- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta
- c. Hal itu juga akan berpengaruh atas menguatnya atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karna meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan
- d. Harga yang berubah ubah sesuai dengan (kuantitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (al-mu'awid).
- e. Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk pembayaran yang digunakan dalam jual beli.
- f. Disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya (timbale balik) pemilikan oleh dua belah pihak yang melakukan transaksi.

Pengaturan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin keuntungan disalah satu pihak, jadi sebatas intervensi oleh pemerintah setempat. pemerintah harus mengatur harga, misalnya bila ada kenaikan harga barang diatas batas kemampuan masyarakat, maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar. Sedangkan bila harga terlalu turun sehingga merugikan produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen dari pasar. Peran pemerintah tersebut berlaku diasaat ada masalah masalah yang ekstrim sehingga pemerintah perlu mengatur kondisi pasar setiap saat guna diperlukanya pengaturan harga. Penguasaan Negara terhadap hak-hak tersebut sebagai

perwujudan dari hak Allah, untuk melindungi kehidupan, martabat dan hak milik anggota masyarakat agar tingkat kebebasan bagi semuanya dapat terjamin.⁹⁹

Dalam ekonomi islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada permintaan dan penawaran, maka mekanisme pengendalian melalui intervensi pasar, sedangkan bila penyebabnya adalah distorsi terhadap permintaan dan penawaran, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk penentu harga untuk mengedalikan harga sebelum keadaan distorsi. Bila daya beli masyarakat lemah pemerintah dapat membuat kebijakan supaya produsen meningkatkan output produksi guna meningkatkan jumlah barang kebutuhan pokok dipasar. Dalam hal ini pemerintah dapat membentuk lembaga logistik guna menjaga supaya produsen dan konsumen tidak dirugikan oleh naik turunnya harga. Dalam keadaan nilai uang yang tidak berubah kenaikan harga atau penurunan harga semata-mata ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Harga suatu barang dapat saja dinaikkan, namun bila tidak terjangkau oleh masyarakat, harga tersebut akan turun kembali. Intervensi pasar tidak selalu diartikan pemerintah menambah jumlah ketersediaan barang. Kebolehan intervensi harga antara lain karena: Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat, apabila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak

⁹⁹Mohammad Rusfi, "Prinsip Hukum Islam terhadap hak Kepemilikan dan harta", dalam Jurnal *Al-Adalah*, Vol.13, No. 2, (Desember 2016), hlm. 242. (On-line), tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1864>

dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara *ikhtiar/ghaban faa hisy*, Pembeli biasanya mewakili masyarakat luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya intervensi harga harus dilakukan secara proposional dengan melihat kenyataan.¹⁰⁰



¹⁰⁰ Lukman Hakim, *Op.Cit.*, h. 175.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan bahasan yang telah diuraikan dari penelitian, dapat ditarik kesimpulan mengenai Tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 Hari Raya Idul Fitri pada Perum Damri Bandar Lampung Jurusan Bandar Lampung – Jakarta adalah sebagai berikut :

1. Tuslah tiket yang terjadi pada H-7 sampai H+7 pada perum Damri diperbolehkan. Dalam ekonomi islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada permintaan dan penawaran, maka mekanisme pengendalian melalui intervensi pasar, sedangkan bila penyebabnya adalah distorsi terhadap permintaan dan penawaran, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk penentu harga untuk mengedalikan harga sebelum keadaan distorsi. Pada dasarnya hukum Islam tidak mematok berapa besar keuntungan yang didapat oleh penjual dan pembeli.
2. Menurut kesimpulan yang didapat dari perum damri Tuslah tiket yang pada H-7 sampai H+7 hari Raya Idul Fitri sudah sesuai dengan hukum Islam, dimana harga didasarkan pada permintaan dan penawaran. Pengambilan keuntungan tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 Hari raya Idul Fitri diperbolehkan. Seyogyanya dalam Hukum Islam tidak diatur seberapa besar keuntungan yang boleh diabil. Jika dilihat dari PM No.36 tahun 2016, Dimana

pemerintah daerah provinsi Lampung tidak mengeluarkan penetapan Tuslah tiket pada hari raya, maka Perum Damri melakukan tuslah tiket sesuai batas atas yang terdapat pada pasal 2 PM No 36 tahun 2016.

B. Saran

Berdasarkan analisis data dilapangan dan telah disimpulkan bahwa tuslah tiket pada H-7 sampai H+7 hari Raya idul Fitri hukumnya diperbolehkan. Maka dari itu Peneliti Memiliki beberapa saran.

1. Untuk Pemerintah sebaiknya lebih bijak lagi dalam menentukan kenaikan harga tiket pada saat menjelang hari raya.
2. Bagi Produsen hendaknya memperhatikan aturan yang telah diberikan oleh pemerinth, tidak mementingkan kepentingan utama perusahaan, agar tidak terjadinya kerugian antara produsen dan konsumen.
3. Bagi konsumen lebih cakap dalam memperkirakan jadwal pembelian tiket agar tidak mendapatkan harga tiket yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta Institut Ilmu Al-Quran (IIQ), 2010
- Abdul, wahab khalaf, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam*, Jakarta Raja Grafindo, 1994.
- Abdul Sami', Al-Mishri, *Pilar-pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006.
- Ahmad, Azhar Basyir, *Aasa-asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 1993.
- A Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta, Rajawali Pers, 2014), h.169.
- Ahmad, Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Alma, Buchari, *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, CV
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2006.
- Az-Zuhaili, Wabwah, *Fiqh Islam*, Jakarta, Gema Insani, 2011.
- Darimi, Ad-, *Sunan Ad-Darimi*, Jakarta, Pustaka Azzam, 2007.
- Data diberi oleh Perum Damri cabang Bandar Lampung.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Dessy Rosita, "Prespektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Ramayana Jogja-Palembang Di Yogyakarta Tahun 2008" *.Skripsi* Mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009.
- Gitosudarmo, Indriyo *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE, 1999.
- Hadjar, Ibnu, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan*, Cetakan kedua, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 1999.

Hakim, Lukman *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta, PT Gelora Aksara Pranata, 2012.

Harahap, Isnaini, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Prena Media, 2015.

Hidayat, Syaiful, *Metodologi penelitian*, Bandung ,CV. Mandar Maju, 2002.

Hapasari Ken Palupi, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penaikan Harga Hewan Qurban Menjelang Hari Raya Idul Adha (Study Kasus di Pasar Hewan Imogiri dan Gamping)” .*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syrai’ah dan Hukum UIN sunan Kalijaga Yogyakarta 2013.

<https://bumn.go.id/damri/halaman/41/tentang-perusahaan.html>

<https://damri.co.id> diunduh pada kamis 8 November 2018 pukul 00.42

<https://www.damrilogistics.co.id/nilai-perusahaan-makna-logo-damri28-oktober-2018>.
Pukul 12.23

Idri, H *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2015). h. 158.

Kotler, Philip, Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2008.

Kunawangsih Tri Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, Jakarta, PT Gasindo, 2006.

Madani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta, Prenamedia Group, 2012.

Marbun, B.N *Kamus Politik*, Jakarta, Pusaka Sinar Harapan, 1996.

Mardalis. *Metode Penelitian Sebagai Pendekatan Proposal*, Jakarta, Bumi Aksara, 2004.

Mardani, *Ayat-ayat dan Hadis-Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta, Rajawali Pers, 2012.

Moeloeng, L Lexi, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Ke empat belas, Bandung, Remaja Rosda Karya, 2001.

M.S, Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, Paradigma, Yogyakarta, 2005.

- Nadzir, Muhamad, *Metode Penelitian*. (Jakarta, Ghalia Indonesia, 1998).
- Peraturan Menteri Perhubungan nomor 36 tahun 2016
- Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Pusat Pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam, *Ekonomi islam*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Putong, Iskandar, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakart, Balai Pustaka, 2000.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta, Gema Insani, 1997.
- Rambat & Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2008.
- Rosyidi, Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan makro*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- , *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta, Rajawali pers, 2016.
- Rusfi, Mohammad. “Prinsip Hukum Islam terhadap hak Kepemilikan dan harta”, dalam Jurnal *Al-Adalah* , Vol.13 , No. 2, (Desember 2016), (On-line), tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1864>, dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.
- Sabiq, Sayyid *Fikih Sunnah*, Bandung, PT Alma’arif, 1987.
- Sharif Chaudry, Muhammad, *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta, kencana, 2012.
- Sumar’in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Makro dan Mikro*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2013.
- Sunarya, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta, Erlangga, 2001.

- Sumarwan, Ujang, dkk, *Pemasaran Strategik*, Jakarta Inti Promosindo, 2009.
- Sunyoto, Danang, *Ekonomi Manajerial (Konsep terapan Bisnis)*, Yogyakarta: CAPS Center for Academi Publishing Service 2009.
- Suprayitno, Eko, *ekonomi Isslam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta, Graha ilmu, 2005.
- Syafe'i, Racmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung, Pustaka Setia, 2000.
- Syarifuddin, Amir, *Ushul Fikih jilid Satu*, Jakarta Logsos Wacana Ilmu, 1997.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- Warshaw, *Strategi Harga dalam Pemasaran*, Jakarta, Bina Aksara, 1987.
- Wibowo, Sukarno, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro*, Jakarta, Pustaka setia, 2013.
- Yadiati, Winwin, *Teori Akuntansi*, Jakarta: Prena Media Group, 2007.
- Yunia Fauzia, Ika, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta, Prenamedis Group, 2014.
- 