



MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DAN LABA DALAM PANDANGAN EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Minimarket Family Bekasi)

Puti Khairani Rijadi¹, Salma Nur Fadhilah²
putikhairani@ibm.ac.id¹, salmafadhilah46@gmail.com²

^{1,2}Ekonomi Islam, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

ABSTRAK

Kesalahan penetapan harga dapat menimbulkan berbagai akibat, penetapan harga yang tidak etis dapat membuat pengusaha tidak menyukai pembeli, bahkan pembeli dapat memberikan reaksi yang dapat merusak reputasi perusahaan. Kutipan yang tidak diminta dari pembeli dapat mengakibatkan penolakan oleh beberapa atau semua pembeli. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang digunakan dalam observasi, wawancara, dokumen dan dokumen. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan menetapkan harga jual suatu produk, home convenience store menggunakan metode price-plus, home convenience store menawarkan harga yang tetap rendah untuk mencapai tujuan penjualan. volume, nilai penjualan, dan pangsa pasar dengan meminimalkan laba, karenanya minimarket Family menerapkan penggunaan mekanisme penetapan harga ganjil. Dan dalam penetapan labanya minimarket Family tidak menentukan batas atas dan batas bawah dari laba yang diperoleh melainkan hanya mengambil margin sebesar 10-15%.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Penjualan, Profit

ABSTRACT

Pricing errors can have various consequences; unethical pricing can make entrepreneurs dislike buyers, and even buyers can give reactions that can damage the company's reputation. Unsolicited quotations from buyers may result in rejection by some or all purchasers. This study uses qualitative methods in observation, interviews, literature, and documentation. Based on the results of this study, it can be concluded that in setting the product selling price, the Family minimarket uses the Cost Plus Pricing method, the Family minimarket offers a set low price to achieve the target sales volume, sales value, and market share by minimizing profits. Therefore the Family minimarket implements use of the odd pricing mechanism. And in determining the profit, the Family minimarket does not determine the upper and lower limits of the profit earned but only takes a margin of 10-15%.

Keywords: Pricing, Sales, Profit



PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli telah berkembang baik menurut sistem jual beli yang saat ini menggunakan sistem belanja online, maupun menurut tempat bertemunya penjual dan pembeli atau biasa disebut dengan pasar maju, seperti berkembangnya pasar modern. apalagi dengan banyak dibangunnya convenience store, swalayan atau pasar swalayan dan swalayan di Indonesia saat ini. Ini dikonfirmasi oleh statistik berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pasar di Indonesia Tahun 2018-2020

No	Klasifikasi Pasar	Jumlah per Tahun			Total
		2018	2019	2020	
1	Pasar Tradisional	14.182	15.657	16.235	46.074
2	Pasar Modern	1.131	1.279	1.484	3.894
3	Pusat Perbelanjaan	708	650	649	2.007
	Total	16.021	17.586	18.368	51.975

Sumber: Data Badan Pusat Statistik RI

Berdasarkan data statistik pada Tabel 1.1 di atas dapat terlihat bahwa jumlah pasar di Indonesia pada tahun 2018-2020 mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dengan total keseluruhan mencapai 51.975 pasar di Indonesia. Yang terdiri dari Pasar Tradisional sebanyak 46.074 selama tahun 2018-2020, Toko Modern sebanyak 3.894 selama tahun 2018-2020, dan Pusat Perbelanjaan sebanyak 2.007 selama tahun 2018-2020. Dapat disimpulkan di Indonesia pada pasar toko modern setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang signifikan yaitu sebesar 80% setiap tahun nya.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota besar yang ragam memiliki pusat perbelanjaan modern mulai dari mini market, supermarket, hypermarket dan pertokoan dengan sistem modern. Saat menetapkan harga untuk minimarket keluarga, ada beberapa ketidakjelasan apakah akan menggunakan sistem harga ganjil atau nominal ganjil seperti harga nominal Rp. 5.250 jika tidak ada nilai mata uang yang aneh hari ini. Menerapkan harga nominal produk yang tertera pada label harga, dengan harga nominal Rp. 1.850,- Rp 9.999,- atau 20.900,-, harga tersebut sangat terjangkau jika anda membeli dalam jumlah banyak, namun jika anda hanya membeli satu, Pada saat pembayaran apakah terdapat selisih perbedaan antara harga di label dengan harga di Je pembayaran, konsumen membayar harga bulat begitu sering sehingga tampaknya sedikit lebih tinggi dari harga yang awalnya ditawarkan. Misal beli Rp. 19.900,- bayar Rp. 20.000,-.

Pada harga tersebut, yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku, karena Indonesia saat ini tidak memiliki Rp. 25.- rupiah 75.- rupiah atau 50 rupiah tidak lagi tersedia. Jika pecahan ini batal, jelas terhadap pedagang yang memberi harga barang yang tidak mencerminkan nilai mata uang yang berlaku dan tidak sesuai dengan ekonomi Islam, di mana diterapkan sistem jual beli yang jujur, baik, tidak mengandung ambiguitas dan tidak merugikan orang lain (tidak adil).

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Yulianti (2016) jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang telah dibelinya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Ibnu Qayyim dalam Rivai (2018), juga dikatakan bahwa penetapan harga diperbolehkan untuk mencapai keadilan, yang harus dilakukan oleh Allah swt.. Dengan kata lain, Ibnu Qayyim mengatakan bahwa penetapan harga merupakan kewajiban untuk melindungi kesejahteraan manusia dengan cara yang tidak merugikan kecuali melalui penetapan harga.



Yulianti (2016) mengemukakan penetapan harga bisa diukur melalui 3 pendekatan, yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai pelanggan yang dirasakan. Proposisi nilai pelanggan menjadi batas atas harga. Jika pelanggan merasa harga lebih dari nilai produk, mereka tidak akan membeli produk tersebut.
- b. Beban produksi. Biaya produksi menjadi dasar penetapan harga. Jika perusahaan menetapkan harga di bawah harga pokok produksi, maka perusahaan mengalami kerugian.
- c. Untuk menetapkan harga di antara dua ekstrem ini, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya, termasuk strategi bauran pemasaran secara keseluruhan, kondisi dan kebutuhan pasar, strategi, dan penetapan harga pesaing. Harga juga dipengaruhi oleh faktor di dalam dan di luar perusahaan.

Prinsip yang mendasari kebijakan ini adalah tujuan mengembalikan harga ke harga saat ini, normal atau wajar atau harga pasar. Harga ini dapat dilakukan ketika faktor penyebab perubahan harga adalah distorsi dari faktor riil dan ada kebutuhan yang mendesak untuk membuat masyarakat menyetujui harga yaitu krisis.

Laba

Laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya, jika pendapatan melebihi biaya maka hasilnya adalah laba bersih. Laba adalah ukuran bisnis dan dihitung berdasarkan akuntansi aktual. Dari definisi tersebut dapat kita simpulkan bahwa laba adalah selisih antara seluruh pendapatan dan beban dalam suatu periode. (Husnatul, dkk 2018).

Menurut Fachrudin (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi laba dalam ekonomi Islam ditinjau dari segi kualitas dan kuantitasnya yaitu:

- a. Segi Kualitas
 - 1) Item barang/barang tergantung apakah barang atau barang tersebut halal atau tidak halal.
 - 2) Legalitas usaha/kontrak bergantung pada sahnya syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kontrak, orang yang membuat kontrak dan kepemilikan barang.
 - 3) Mekanisme transaksi tergantung pada pemisahan mekanisme transaksi dari unsur penipuan (ghabn), manipulasi (tadlis), monopoli (ihtikar), atau memanfaatkan keluguan dan ketidaktahuan pembeli (*at-talaqqi ar rukban* dan *ba'i an najasy*).) untuk melepaskan

- b. Segi Kuantitas

Untuk mengukur seberapa banyak faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga dari hal tersebut akan mempengaruhi laba yang di dapat. Faktor-faktor tersebut di antaranya sebagai berikut:

- 1) Modal. Untuk mengukur dan menentukan harga dan biaya-biaya.
- 2) Mekanisme Pasar. Situasi pasar jika berjalan secara bebas maka akan memberikan harga yang adil.
- 3) Perilaku Pasar. Dalam melakukan penjualan ada teknik-teknik tertentu dalam menjual dan harus dimodifikasi dengan pemahaman syariah ketika menjalani transaksi jual beli

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan. Dalam metode kualitatif terdapat tiga pilihan masalah, yaitu masalah yang dikemukakan peneliti tetap, masalah yang dikemukakan peneliti setelah menyiapkan masalah, dan masalah yang dikemukakan peneliti kemudian terjun penuh dalam bidang tersebut.. berubah Oleh karena itu, seorang peneliti kualitatif yang mengubah masalah ketika memasuki bidang penelitian atau setelah lulus adalah peneliti kualitatif yang lebih baik karena dapat melihat bahwa dia mampu meninggalkan apa yang dipikirkan sebelumnya dan penelitian kualitatif

menggunakan teknik pengumpulan data dan kemudian mampu melihat fenomena lebih luas, lebih luas dan lebih dalam tergantung pada apa yang terjadi dan berkembang dalam situasi sosial yang diteliti oleh Sugiyono (2016). Moleong (2016) mengklaim bahwa data kualitatif adalah sekumpulan informasi yang digali dari hasil penelitian yang masih berupa fakta verbal atau berupa pernyataan belaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Family merupakan minimarket penyedia kebutuhan pokok masyarakat dibidang perdagangan dan grosir. Family membentuk konsep penyelenggaraan minimarket yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Minimarket Family berdiri pada tahun 1996 oleh Najib dan keluarga. Awal berdiri minimarket Family berada di Perumahan Villa Bekasi Dua yang kemudian berekspansi ke perumahan Tridaya sebagai cabang ke dua. Seiring berjalannya waktu Minimarket Family berkembang dan memiliki banyak cabang, sekarang minimarket Family sudah memiliki 15 cabang aktif yang terdiri dari 14 cabang minimarket dan 1 grosir. Kemudian sejak tanggal 23 Desember 2013 minimarket Family berbentuk badan usaha yang diberi nama PT. Tridaya Prima Abadi. Minimarket Family berlokasi di Baru Perum Graha Prima blok CA/07 RT.08 RW.16 Mangun Jaya, Tambun Utara, Bekasi. Minimarket Family memiliki fasilitas yang sangat memadai, diantaranya pendingin ruangan (AC), keranjang belanja, rak penata produk, toilet, CCTV, tempat cuci tangan, lahan parkir yang luas, layanan pembayaran debit/ATM dan fasilitas belanja pesan antar via Grab Mart.

Struktur organisasi pada minimarket Family terdiri dari Direktur Utama, Komisaris Utama, HRD, Operasional HO, Kepala Gudang, Kepala Toko, Wakil Kepala Toko, Pramuniaga/Kasir. Adapun struktur organisasi pada minimarket Family cabang Graha meliputi Kepala Toko, Wakil Kepala Toko dan Pramuniaga atau Kasir.

Gambar 4.1. Struktural Minimarket Family



Kepala Toko

Tugas kepala toko, bertanggungjawab terhadap kelancaran operasional toko, mengatur operasional toko sehingga berjalan sesuai dengan SOP yang berlaku, mengontrol keluar-masuknya stok barang, melakukan setor keuangan, dan mengontrol perubahan harga yang terjadi.

Wakil Kepala Toko

Memiliki tugas membantu tugas kepala toko dan menggantikan kepala toko jika kepala toko sedang tidak ada atau sedang libur.



Pramuniaga/Kasir

Memiliki tugas mengelola barang atau mendisplay produk, mengecek kebersihan dan kerapian toko, melakukan semua aktivitas keuangan, melayani pembayaran konsumen dan melakukan pembungkusan barang, mengecek atas jumlah barang yang dibeli oleh konsumen, membuat laporan keuangan.

Mekanisme penetapan harga jual produk yang berlaku di minimarket Family adalah harga berasal dari distributor. Terdapat harga X dan harga Y, dimana harga X merupakan harga beli produk dari distributor dan harga Y sebagai harga jual produk yang minimarket Family jual. Minimarket Family bisa menjual produknya dengan harga murah karena minimarket Family tidak membebaskan biaya-biaya lainnya kepada distributor, hanya mengambil margin sebesar 10-15% saja tiap produknya, berbeda dengan Indomaret dan Alfamart yang mereka membebaskan biaya-biaya kepada distributor sehingga memperoleh harga jual yang tinggi. Langkah-langkah minimarket Family dalam menetapkan harga jual produknya yaitu, barang dikirim dari supplier dengan menyertakan invoice, entri pembelian dengan menyertakan barang-barang, *quantity*, harga modal.

Dalam harga jualnya minimarket Family boleh menaikkan harga dengan sepengetahuan atau tanpa sepengetahuan distributor atau supplier, karena ini adalah cara penetapan harga jual produk pada minimarket Family. Biasanya supplier menetapkan HET (Harga Eceran Tertinggi), nilai HET pada umumnya sekitar 35% dari modal, namun minimarket Family hanya menjual produk di bawah harga HET yang ditawarkan karena minimarket Family hanya mengambil margin sebesar 12-15%, jadi jauh di bawah HET supplier. Kemudian cara selanjutnya adalah dengan memberikan harga discount. Dalam menentukan harga discount minimarket Family, biasanya harga discount ini ditentukan dengan adanya promo barang dari masing-masing pemilik barang, promo yang diberikan *Buy 1 Get 1*, *Buy 2 Get 1*, *Buy 3 Get 1*, *Buy 4 Get 1* dan juga dalam bentuk persentase promo 3%-10%.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa harga jual produk minimarket family menggunakan metode harga plus harga atau *plus price* yaitu. Biaya ditambah harga, yaitu. Dengan metode ini, biaya margin yang ada dan pengembalian yang diinginkan ditambahkan ke harga. Rumus: Harga Jual = Harga Produk + Markup = Harga Produk + (% x Harga Produk).

Penetapan laba pada minimarket Family berdasarkan hasil wawancara dengan Ginjar menyebutkan bahwa minimarket Family tidak menentukan batas atas dan batas bawah dalam menentukan laba/margin penjualan. Hal ini dikarenakan minimarket Family ingin bisa menjual produk-produknya dengan harga yang murah dan dapat bersaing dengan minimarket lainnya. Minimarket Family hanya mengambil laba sebesar 10-15% dari harga jual. Dalam perhitungan laba pada perusahaan yang merger dengan minimarket Family maka, minimarket Family menjual barang tersebut dengan margin 3% dari setiap barangnya. Hal ini tentunya akan mempengaruhi biaya operasional yang dikeluarkan oleh minimarket Family, dari hasil wawancara dengan Ginjar bahwa hal tersebut tidak membuat rugi minimarket Family dalam membayar semua biaya-biaya operasional seperti gaji karyawan dan lain-lain, hal ini karena minimarket Family mensubsidi silang margin persen (%) nya yang lebih tinggi, misalnya dengan harga kosmetik dan perlengkapan bayi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menetapkan harga jual produk pada minimarket Family adalah harga setiap minggunya selalu berubah-ubah sehingga membuat minimarket Family selalu memantau harga jual ke konsumen. Harga yang tertera pada label tidak bulat merupakan strategi pemasaran bagi minimarket Family untuk mempengaruhi psikologis konsumen serta didapat dari hasil penambahan margin sebesar 10-15%. Adapun dalam sistem penerapannya minimarket Family menggunakan sistem konsinyasi khusus UKM dan sistem TOP (*Term Of Payment*) untuk para distributor dan supplier, dalam hal ini akad yang digunakan adalah Al-Ba'i (jual beli) biasa dimana pihak minimarket Family membayar cash kepada pemilik barang.



Pandangan ekonomi Islam terhadap penetapan harga dan laba pada minimarket Family bahwa dalam kajian fiqh muamalah pembahasan ini diberi judul *At-Tas'ir* artinya menetapkan harga yang berlaku di masyarakat. Maksudnya adalah wewenang pemerintah dalam menetapkan harga di masyarakat, dan memaksa mereka untuk bertransaksi dengan harga yang telah ditetapkan. Syaikhul Islam mengatakan:

“Hakikat dari tas'ir adalah mewajibkan mereka (rakyat) agar tidak menjual atau membeli barang kecuali dengan harga standar (tsaman mitsl)”. (Majmu' Fatawa, 28/77)

Rincian hukum tas'ir, para ulama membagi menjadi dua keadaan: **Pertama**, tas'ir dalam kondisi normal. Yang dimaksud dalam kondisi normal adalah kebebasan yang terjadi di pasar, dalam arti kenaikan atau turunnya harga disebabkan keseimbangan pasar, seperti pengaruh *demand and supply* dan bukan karena permainan sebagian orang, seperti menimbun untuk monopoli. Dalam keadaan ini melakukan tas'ir hukumnya haram karena termasuk kezaliman, karena bisa menyebabkan kerugian sebagian pedagang karena harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Syaikhul Islam mengatakan:

“Jika masyarakat menjual barang mereka dalam kondisi normal tanpa ada kezaliman diantara mereka, dan ternyata harga naik, baik karena ketersediaan yang menipis, atau kebutuhan makhluk yang banyak, maka ini semua kembali kepada takdir Allah. Karena itu, memaksa menjual untuk menjual barang dengan harga yang ditetapkan, termasuk pemaksaan yang tidak dibenarkan”. (Majmu' al-Fatawa, 28/76).

Kedua, tas'ir dalam kondisi tidak normal. Misal karena ada campur tangan para pelaku pasar, sehingga membuat harga menjadi tidak normal, seperti menimbun (*ikhhtikar*) dan pemilik tidak mau menjualnya kecuali dengan harga mahal, atau karena kesepakatan para pedagang dalam mengatur harga pasar, sehingga memberatkan bagi sebagian orang. Bolehkan Pemerintah menetapkan tas'ir, para ulama berbeda pendapat. **Pendapat pertama** dilarang melakukan tas'ir secara mutlak, ini adalah pendapat *mu'tamad* (acuan) dalam syafi'iyah dan pendapat yang masyhur dalam madzhab Hambali. **Pendapat kedua**, menetapkan harga hukumnya boleh jika ada sebab yang menurut hal itu. Ini adalah pendapat madzhab Hanafi (*Bada'i as-Shama'i*), pendapat Imam Malik, madzhab Syafiiyah, dan lebih kuat oleh Syaikhul Islam dan Ibnuul Qayyim.

Menurut Hafas Furqani dosen UIN Ar-Raniry menjelaskan praktik jual beli dengan sistem komisi tidak bertentangan dan tidak bermasalah selama akad yang diberlakukan sesuai dengan syariat Islam dan jelas dimana hak dan kewajibannya. Masing-masing pihak berbohong harus dijelaskan dengan jelas, seperti pembagian komisi, besarnya keuntungan, produk yang menentukan harga jual, dll. Dari perspektif ekonomi Islam, akad yang lazim dalam jual beli komisi dapat digabungkan dengan ba'i akad, namun akad yang lebih mencerminkan hal demikian adalah akad *wakalah bil ujah*. Apabila pemilik barang mempercayakan barangnya kepada salah satu toko yang diwakili dalam penjualan kepada pembeli. pada akhir transaksi mengikuti pengiriman *ujrah* membagikan komisi atau mengambil keuntungan penjualan ke toko. Dalam hal penjualan berdasarkan komisi, pembayaran kepada penjamin tidak boleh ditunda. Apalagi jika merugikan salah kedua belah pihak atau satu pihak, misalnya tidak membayar. Karena itu melanggar prinsip ekonomi Islam. Mengenai bentuk ijab dan qabul dapat dilakukan dengan cara yang berbeda-beda, baik secara lisan, tertulis maupun dengan isyarat, sepanjang tidak menimbulkan perselisihan dan pertentangan. Namun yang paling kuat dari bentuk ini adalah bentuk ijab dan qabul tertulis. Adapun jalan keluar yang dapat ditemukan dalam menjawab kelalaian, undang-undang mengatur bahwa hilangnya kepercayaan publik mengalihkan barang kepada prinsipal. Demikian pula sanksi atas kelalaian pihak penjamin adalah hilangnya kepercayaan prinsipal dalam menerima barang jaminan.



Menurut Syeikh Abdurrahman bin Nasir As-Sa'di wakalah bil ujroh adalah Nabi Saw pernah mewakilkan kepada orang lain untuk menyelesaikan sebagian kebutuhan pribadi beliau juga kebutuhan kaum muslimin yang menjadi tugas Nabi Saw. Kemudian Syeikh Sa'di mengatakan akad wakalah adalah akad jaiz dari kedua belah pihak, baik yang muwakkil dan wakil. Akad wakalah meliputi semua hal yang bisa digantikan orang lain, baik yang berkaitan dengan hak Allah maupun yang berkaitan dengan hak sesama makhluk. Prinsip akad wakalah, pada akad wakalah ada beberapa pihak yang melakukan akad diantaranya muwakkil (yang mewakilkan), wakil, tawkil/wakalah. Dan Allah Swt membolehkan hal ini sebagaimana firmanNya dalam Surat Al Kahfi ayat 19:

“Maka suruhlah salah seorang diantara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, dan bawalah sebagian makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berperilaku lemah lembut dan jangan sekali-kali menceritakan halmu kepada siapa pun”. (QS. Al Kahf:19)

Hukum akad wakalah bil ujrah diperbolehkan dengan akad ju'alah atau akad ijarah. Jika terjadi resiko dalam akad wakalah maka terbagi dua, jika yad amanah hanya menanggung resiko jika teledor, namun jika yad dhamanah maka menanggung semua resiko. Akad wakalah bil ujrah jika terjadi sengketa, pihak yang menyuruh menuntut kalau tugas yang diberikan belum ditunaikan sementara pihak wakil merasa sudah menunaikan maka terjadilah sengketa. Penyelesaian sengketa ada dua, pertama mendatangkan bukti, kedua sumpah. Lalu siapa yang harus mendatangkan bukti dan melakukan sumpah jika terjadi sengketa Imam As Sa'di mengatakan untuk sengketa dalam akad wakalah jika tanpa bayaran maka wakil cukup bersumpah, berbeda jika wakilnya diberi upah maka wakil harus mendatangkan bukti.

Untung dalam ekonomi Islam diperbolehkan penjual untung walaupun modalnya mencapai 100% bahkan lebih, selama tidak ada *ghisysy* (penipuan harga atau barang). Berikut ini adalah argumen untuk menunjukkan bahwa manfaatnya tidak terbatas. Argumen pertama: Hal terpenting dalam jual beli adalah saling ridha. Allah Ta'ala berfirman dalam surat An-Nisa ayat 29 Al-Qur'an

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”. (QS. An-Nisa:29)

Dalil kedua: hadits Nabi Saw :

“Dari ‘Urwah, yaitu Ibnu Abil Ja'di Al-Bariqiy, ia berkata bahwa Nabi Saw telah memberinya satu dinar untuk membeli satu buah hewan kurban (udhiyah) atau membeli satu kambing. Lantas ia pun membeli dua kambing. Diantara keduanya, ia jual lagi dan mendapatkan satu dinar. Kemudian ia pun mendatangi Nabi Saw dengan membawa satu kambing dan satu dinar. Kemudian Nabi Saw mendoakannya dengan keberkahan dalam jualannya, yaitu seandainya ia membeli debu (yang asalnya tidak berharga sama sekali pun), maka ia pun bisa mendapatkan keuntungan di dalamnya”. (HR. Abu Daud No.3384 dan Tirmidzi No.1258, al-Habiz abu Thahir mengatakan bahwa sanad hadits ini hasan)

Dalil ketiga: diriwayatkan oleh Al-Bukhari bahwa Zubair bin Awwam ra, semasa hidupnya membeli sebidang tanah di pinggir kota Madinah seharga 170.000 keping uang emas. Setelah ia wafat, tanah itu dijual oleh anaknya, yaitu Abdullah seharga 1.600.000 dinar. Keuntungan yang diambil oleh Abdullah dalam penjualan ini hampir mencapai 1000%.

Kesimpulan pertama yang bisa ditarik adalah jual beli tidak memiliki margin keuntungan maksimal yang harus dipatuhi pedagang. Tingkat keuntungan diserahkan kepada kondisi usaha, pedagang dan barang tanpa melupakan adab Islam seperti Qanaah, Kasih Sayang dan Keserakahan. Kedua, banyak



argumentasi yang mengharuskan transaksi bebas dari ghisyy (penipuan), manipulasi komoditas, manipulasi harga dan peramaluan keuntungan, serta bebas dari penimbunan barang yang menyinggung kepentingan umum atau kepentingan khusus.

PENUTUP

Simpulan

1. Akad yang digunakan adalah akad jual beli (Al-Ba'i). Minimarket Family membeli barang dengan kontan dengan pembayaran cash kepada pemilik barang kemudian menjualnya kembali maka hukumnya Mubah (boleh) dan pada UKM akad yang digunakan adalah akad wakalah bil ujah, minimarket Family hanya menjual barang yang dititipkan oleh pemilik barang maka hukumnya Mubah (boleh).
2. Penetapan laba yang berlaku pada minimarket Family adalah minimarket Family mengambil margin sebesar 10-15% dari harga jual yang diberikan, hal ini diperbolehkan karena status barang sudah dimiliki oleh minimarket Family maka diperbolehkan dalam mengambil keuntungan sesuai dengan hadits Nabi Saw.

Saran

1. Kepada pihak minimarket Family seharusnya menetapkan batas bawah dan batas atas dalam sebuah harga, sehingga ketika ada harga yang berakhiran ganjil maka bisa dibulatkan ke atas atau ke bawah, untuk menghindari *gharar*, agar sesuai dengan Al-Qur'an dan As Sunnah.
2. Kepada pihak konsumen diharapkan dapat merelakan kembalian yang ganjil sebagai bentuk pembulatan harga baik diambil sebagai keuntungan minimarket maupun tidak, untuk menghindari *gharar*.

REFERENSI

- Al Qur'an dan Terjemahannya. 2008. *Departemen Agama RI*. Bandung: Diponegoro.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Aislahi, A.1997. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Apipudin, 2016, "Konsep Jual Beli dalam Islam", *Islaminomics*. Vol.5 No.2.
- Aziz, Abdul.2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.2019. "Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019". www.bps.go.id. (Diakses pada tanggal 20 Mei 2021), pukul 10.58.
- Baits, Ammi Nur. *Hukum Menetapkan Harga*. <https://www.youtube.com/watch?v=Mo2t9TPRhI&t=3s>. (Diakses pada kamis 15 Juli 2021, pukul 13.17).



- Fachrudin, Fachri. "Filosofi Laba dalam Perspektif Fiqh Muamalah dan Ekonomi Konvensional". *Jurna Hukum dan Pranata Sosial Islam*. Vol.5 No.1.2015.
- J. Moleong, Lexy. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet ke-35. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani.2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mannan, Abdul. 1992.*Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Terjemahan M. Nastangin. PT Intermasa. Jakarta.
- Nadia, Ulfiani.2020. "Penjualan Konsinyasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Lhokseumawe Menurut Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*. Vol.6 No.2.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari.2009. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi.2018. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: GUEPEDIA.
- Swastha, Basu dan Irawan.2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Teguh, Muhammad.2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tuasikal, Muhammad Abduh. 2010. *9 dari 10 Pintu Rezeki di Perdagangan*. <https://rumaysho.com/1441-9-dari-10-pintu-rizki-di-perdagangan.html>. (Diakses pada 15 Juni 2021, pukul 19.14).