

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Islam adalah sistem hidup yang lengkap, universal dan dinamis dalam mengatur kehidupan manusia, termasuk kaidah Islam dalam mengatur tentang harga dan mekanisme pasar. Ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Sistem Islam menolak penetapan harga yang diterapkan oleh penguasa, karena Allah-lah yang menentukannya. Harga yang terbentuk harus sesuai dengan kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) pasar. Maka dari itu harga barang tidak boleh ditetapkan oleh pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum *supply* and *demand*. Sistem Islam sangat mendorong harga yang adil dengan mendorong persaingan pasar yang sempurna. Untuk memenuhi harga yang adil perlu adanya moralitas (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*) serta menghindari segala macam bentuk spekulasi.<sup>1</sup>

Dalam ilmu ekonomi, harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa, serta sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis. Segala macam transaksi yang terjadi di pasar bekerja sesuai dengan mekanisme harga. Dalam suatu pasar yang terdapat persaingan sempurna itu akan menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Begitu pula dengan harga yang adil otomatis akan mendorong para pelaku usaha untuk

---

<sup>1</sup>H. Indris Parakkasi dan Kamiruddin, "Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam", *jurnal ekonomi islam* volum 5, no.1, (mei 2018).

melakukan persaingan dengan cara yang sempurna. Apabila dalam penetapan harga terjadi ketidakadilan, maka hal itu akan membuat para pelaku pasar tidak sudi untuk melakukan sebuah transaksi, sekalipun melakukan transaksi maka yang akan terjadi adalah para pelaku pasar akan mengalami kerugian. Demi menciptakan kesempurnaan dalam pasar, para pelaku pasar harus banyak mengetahui dan memahami tentang harga dan juga bagaimana cara penetapan harga itu sendiri.

Harga merupakan sebuah pengganti yang diberikan oleh pembeli untuk mendapatkan barang yang dijual. Harga adalah salah satu dari dua bagian barang yang ada pada jual beli, yaitu barang dan harga yang ditaksir atau dihargai, keduanya adalah unsur dari akad jual beli. Penetapan harga adalah bentuk upaya untuk menentukan harga jual-beli barang dagangan yang dilakukan oleh pemerintah yang disertai pelarangan menjual dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga jual yang telah ditetapkan.<sup>2</sup>

Harga sangat berperan penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi dipasar. Harga berperan bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan yaitu: *Pertama*, bagi perekonomian. Harga produk berpengaruh pada tingkat upah, bunga, sewa, dan laba. Harga adalah alat ukur dasar pada sistem perekonomian, karena harga sangat berpengaruh pada alokasi faktor-faktor produksi seperti halnya tenaga kerja, modal, tanah, dan juga kewirausahaan. Tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja.

---

<sup>2</sup>Adi Marwan A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 193.

*Kedua*, bagi konsumen. Dalam penjualan ritel, ada komponen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (yang menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan dalam membeli sebuah produk) dan ada juga yang tidak. Sebagian besar konsumen agak peka terhadap harga, akan tetapi juga mempertimbangkan faktor yang lain seperti (citra merek, layanan, lokasi toko, nilai (*value*) dan kualitas). Selain itu, tanggapan konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kejadian, harga yang mahal dinilai mencerminkan kualitas yang tinggi, terutama pada kategori *specially produk*.<sup>3</sup>

Harga merupakan sebuah penentu dari nilai uang-barang dan harga barang. Dengan adanya sebuah harga, otomatis masyarakat bisa menjual barang yang mereka punya melalui harga yang umum sehingga dapat diterima. Menurut M. Abdul Manan ketidak-mauan umat Islam untuk menerima harga pasar sebagai alat untuk menuju kesejahteraan sosial membuat fungsi dari fleksibilitas harga kebutuhan dan *supply* menurut adat dan kebiasaan jadi terbatas. Tindakan terhadap “keperluan” akan sebuah perubahan dalam “pemasukan” dianggap sebagai hal yang lebih penting dari pada “harga” dalam ekonomi Islam.<sup>4</sup>

Harga bisa diartikan sebagai alat tukar yang dapat disetarakan dengan uang atau barang lain dengan manfaat yang diperoleh dari suatu barang dan jasa bagi sekelompok orang atau individu pada saat tertentu dan tempat tertentu.<sup>5</sup> Harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat menggunakan

---

<sup>3</sup>Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2002), 155.

<sup>4</sup>Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Intermedia, 1992), 151.

<sup>5</sup>Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2012), 149.

atau memiliki yang nilainya telah ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar. Penetapan dari suatu harga terhadap persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi oleh sebuah perusahaan.

Keputusan-keputusan tentang harga dipengaruhi oleh berbagai aspek, yaitu aspek internal perusahaan dan aspek lingkungan eksternal dalam hal aspek internal, keputusan harga disamakan dengan sasaran pemasaran, misalnya: Sasarannya itu untuk bertahan hidup, mengoptimalkan laba jangka pendek, mengoptimalkan pangsa pasar atau keunggulan mutu produk. Pengambilan keputusan suatu harga disesuaikan dengan strategi *marketing-mix*-nya, dalam hal ini manajemen diharuskan untuk mempertimbangkannya sebagai satu keseluruhan. Apabila produk ditempatkan atas dasar aspek-aspek bukan harga, keputusan yang dibuat mengenai mutu, distribusi, dan promosi akan mempengaruhi harga, akan tetapi sebaliknya, apabila harga adalah sebuah aspek dalam menentukan posisi, maka harga akan sangat berpengaruh terhadap keputusan-keputusan itu.

Dalam kebanyakan sebuah peristiwa, perusahaan akan memberikan pertimbangan terhadap semua keputusan *marketing-mix*-nya secara bersamaan, pada saat meningkatkan program pemasarannya. Keputusan harga berdasarkan pada peninjauan organisasi. Pada aspek eksternal, dapat diuraikan sebagai berikut: pasar dan permintaan konsumen adalah harga tertinggi. Konsumen akan mencocokkan harga dari sebuah produk dengan manfaat yang dimilikinya. Oleh sebab itu, sebelum menentukan harga, diharuskan untuk memahami terlebih dahulu hubungan antara harga dengan permintaan terhadap produk tersebut baik

untuk bentuk pasar yang berbeda maupun tanggapan konsumennya, lalu dijabarkan melalui cara-cara yang sesuai.<sup>6</sup>

Harga jual dalam sebuah produk ditetapkan dari penetapan harga sebuah produksi. Apabila penaksiran harga pokok produksi tidak tepat maka akan berpengaruh terhadap penetapan harga jual produk yang tidak tepat juga. Seperti halnya penaksiran harga pokok produksi yang tinggi, maka akan membuat penetapan harga jual yang tinggi juga. Dampaknya suatu produk tidak bisa bersaing di pasar. Begitupun sebaliknya, apabila penetapan harga pokok produksi rendah maka akan membuat penaksiran harga jual yang rendah juga, dampaknya perusahaan tidak mendapati laba yang maksimal meskipun harga jual bisa bersaing di pasar.

Kesalahan dalam penaksiran harga menyebabkan berbagai konsekuensi dan akibatnya berjangka jauh. Tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat mengakibatkan para pelaku bisnis tidak disukai oleh para pembeli, justru para pembeli bisa melakukan sebuah tindakan yang dapat menjatuhkan nama baik pelaku bisnis. Jika otoritas dari harga tersebut tidak berada pada pelaku bisnis akan tetapi berada pada kebijakan pemerintah, kemudian penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli akan berdampak pada suatu anggapan penolakan oleh sebagian orang atau kelompok.

Harga yang wajar yang berada dalam sebuah Pasar Islami bukanlah suatu konsesi, akan tetapi hak fundamental yang dikuatkan oleh hukum Negara. Tujuan dari sikap Negara ini dilakukan, untuk menentukan harga yang aktual dan

---

<sup>6</sup>Arif Hidayat, *STUDI Kelayakan BISNIS*, (Sumatera Barat: CV. INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2021), 45-46.

menjadi soal penentuan yang benar, oleh sebab itu asas kerjasama melahirkan suatu bentuk persaingan yang sehat dalam pasar Islami . Hal ini sangatlah berbeda dengan pasar konvensional, yang mana di sana dirahkan, bahwa untuk mendapatkansuatu model pertumbuhan pasar yang stabil, mekanisme pasar kompetitif haruslah diikutkan pada aspek mutlak penawaran dan permintaan, yang dikatakan melalui hukum *supply and demand*.<sup>7</sup>

Dalam konsep ekonomi Islam penetapan harga dilaksanakan oleh kekuatan-kekuatan pasar, seperti kapasitas permintaan dan kapasitas penawaran. Pada konsep Islam, bertemunya permintaan dengan penawaran tersebut harus terjadi antara rela sama rela, tidak ada unsur keterpaksaan dari berbagai pihak untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

Kondisi rela sama rela adalah kebalikan dari kondisi aniaya, yaitu sebuah kondisi yang mana diantara satu pihak dengan pihak yang lain tidak merasakan hal yang sama, seperti halnya satu pihak yang merasa senang diatas kesedihan pihak yang lain. Jika berbicara soal harga, para ahli fiqih mendefinisikannya sebagai harga yang setara (*the price of the equivalent*).

Cara pengendalian harga dalam konsep ekonomi Islam ditentukan oleh penyebabnya. Jika penyebabnya merupakan perubahan pada *genuine demand* dan *genuine supply*, mekanisme pengendalian yang dilakukan dengan *market intervention*. Sementara itu, apabila penyebabnya merupakan distorsi terhadap *genuine demand* dan *genuine supply*, mekanisme pengendalian yang dilakukan

---

<sup>7</sup>Adi Marwan A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali, 2012), 194.

adalah dengan penghilangan distorsi termasuk penetapan *price intervention* untuk menyesuaikan harga pada saat sebelum distorsi.<sup>8</sup>

Ibnu Khaldun menganalisis persoalan harga. Bagi para Ekonom Muslim, beliau dikenal sebagai Bapak Ekonomi. Ibnu Khaldun menjabarkan mengenai pengaruh naik dan turunnya penawaran terhadap harga. Ia berkata: “Apabila barang-barang yang tersedia sedikit, otomatis harga-harga akan mengalami kenaikan. Sebaliknya, apabila jarak antar kota dekat dan aman untuk menempuh perjalanan, secara tidak langsung akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, dan harga-harga akan turun”.

Teori teori tentang pembentukan harga diatas memang sudah sering kali terjadi di beberapa pasar. Yang dalam hal ini yang menjadi titik tekannya adalah pasar mebel yang ada di Karduluk. Pada pasar mebel yang ada di Karduluk yang diperjual belikan adalah kerajinan mebelnya yang merupakan salah satu kerajinan usaha masyarakat di Madura, lebih tepatnya di Kabupaten Sumenep yang mana memang menjadi mata pencaharian masyarakat. Di daerah ini kerajinan mebel mengalami keadaan yang tidak stabil baik dari segi kualitas maupun harga. Sentra usaha mebel di Sumenep ini tepatnya berada di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan, yang sudah dari dulu memang terkenal sebagai Desa mebel.<sup>9</sup>

Usaha mebel menjadi primadona dan produk unggulan di Desa Karduluk dan merupakan sentra usaha yang sangat mendominasi, sehingga kebanyakan dari masyarakat Desa Karduluk mempunyai ketergantungan yang sangat tinggi terhadap unit usaha mebel tersebut. Industri mebel menjadi salah satu penunjang

---

<sup>8</sup>Adi Marwan A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 20212), 178-180.

<sup>9</sup>Umar Sholehuddin, M. Hari Wahyudi, Achmad Hariri, “*Tipe Usaha Mebel Karduluk Sumenep Madura Jawa timur*”*Jurnal Dedikasi*. Vol. 15, Mei 2018. 55.

perekonomian masyarakat di Desa Karduluk, diperkirakan terdapat 167 unit usaha mebel di Desa Karduluk. Melihat dari jumlah tersebut, banyaknya penduduk yang bergantung pada unit industri mebel sekitar 25,37% dari jumlah total penduduk sebanyak 11.535 jiwa. Melihat dari data tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa industri mebel di Desa Karduluk mendominasi terhadap perekonomian masyarakatnya, yang kemudian berdampak pada persaingan yang ketat.<sup>10</sup>

Apabila harga produksi tinggi, maka penetapan harga jual juga akan menjadi tinggi, sementara itu para pelanggan atau pembeli adalah masyarakat dengan perekonomian yang bisa dikatakan menengah kebawah, sekalipun ada sebagian juga yang memiliki perekonomian menengah keatas. Hal ini menyebabkan penetapan harga jual barang yang merepotkan bagi para pelaku usaha mebel di Desa Karduluk.<sup>11</sup>

Perbedaan pembentukan harga sering kali terjadi pada pasar mebel di Desa Karduluk, hal ini terjadi karena memang tidak adanya *price taker* (penentu harga). Penyebabnya karena dalam menetapkan harga beberapa pelaku usaha di pasar mebel Desa Karduluk mengklaim bahan-bahan yang digunakan itu berbeda, belum lagi ongkos dari setiap tukang tarifnya juga berbeda, hal itulah yang menjadi pemicu berbedanya harga dari setiap pelaku usaha mebel ini.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menyebabkan berbagai konsekuensi dan dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat membuat para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat mencemarkan

---

<sup>10</sup>Dokumen profil umum Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.

<sup>11</sup>Wawancara dengan Abdullah Sajjad (Anak dari Pemilik UD. MEBEL BAROKAH), pada 6 Oktober 2021.



nama baik pelaku usaha, seperti halnya pada satu kejadian ketika peneliti melakukan observasi pertama ke pasar mebel Desa Karduluk dimana salah satu pelaku usahamebellemari lebih ramai pembeli daripada pelaku usaha mebel lainnya, ternyata hal mendasar yang menyebabkan banyaknya pembeli adalah perbedaan harga, dimana penjual lemari yang lebih ramai ini menjualnya dengan harga 1.200.000 ribu rupiah untuk satu lemari siap pakai sedangkan di penjual lain menjualnya dengan harga 1.400.000 ribu rupiah.<sup>12</sup>

Maka dari itu berlandaskan latar belakang masalah di atas, maka penulis berminat untuk menelaah lebih dalam mengenai **Relevansi Konsep Harga Pasar Mebel di Desa Karduluk Terhadap Mekanisme Pasar Islami (Ibnu Khaldun dan Yahya bin Umar)**.

## **B. Fokus Penelitian**

Agar dapat memudahkan arah penelitian yang lebih jelas, maka fokus penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme pasar mebel di Desa Karduluk?
2. Bagaimana mekanisme dan relevansi pasar mebel di Desa Karduluk terhadap penetapan harga menurut Ibnu Khaldun dan Yahya bin Umar?

---

<sup>12</sup> Wawancara langsung: Fauzi Mebel.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam Relevansi Konsep Harga Pasar Mebel Desa Karduluk Terhadap Mekanisme Pasar Islami (Ibnu Khaldun dan Yahya bin Umar) adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme pasar mebel di Desa Karduluk.
2. Untuk mengetahui mekanisme dan relevansi pasar mebel di Desa Karduluk terhadap penetapan harga menurut Ibnu Khaldun dan Yahya bin Umar.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa kegunaan, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Secara Teoritis**

##### **a. Bagi IAIN Madura**

Penelitian ini sebagai suatu sumbangsih pemikiran terhadap literatur perpustakaan yang dapat dibaca oleh mahasiswa dalam memperkaya referensi baik dalam hal keperluan penelitian maupun tugas akademisi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi Islam. Data yang diperoleh akan semakin memperkaya kajian teoritis terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam bahkan semakin mengundang perhatian dan pemikiran untuk UD. Mebel Barokah menggali bagaimana mengetahui penetapan harga menurut Ibnu Khaldun.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis tentang konsep harga menurut Ibnu Khaldun.

## 2. Secara Praktis

a. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan bahan masukan bagi pengusaha untuk mengetahui penetapan harga berdasarkan konsep harga menurut Ibnu Khaldun.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai tambahan informasi dan menjadi sebuah pertimbangan bagi masyarakat yang membuka usaha mebel dalam menetapkan harga, agar bisa sesuai dengan konsep harga menurut Ibnu Khaldun.

## E. Definisi Istilah

Dalam memahami proposal dan untuk menghindari kesamaan persepsi dan pemaknaan dalam proposal ini, maka penulis menjelaskan beberapa istilah dalam judul proposal.

1. Relevansi adalah bersangkutan paut, yang ada hubungan, selaras dengan.<sup>13</sup> Bisa juga diartikan sebagai kesesuaian.

---

<sup>13</sup>Paus Apartando, *Kamus Populer*, (Surabaya: PT. Arkola, 1994), 666.

2. Konsep adalah suatu gambaran ide yang bersifat umum atau abstrak tentang sesuatu.<sup>14</sup>
3. Harga adalah nilai dari suatu barang ataupun jasa dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa beserta pelayanannya.<sup>15</sup>
4. Mekanisme adalah sebuah upaya yang dilakukan untuk memberikan penjelasan seputar sistem mekanis.
5. Pasar adalah sebuah tempat bertemunya penjual dan juga pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli.
6. Mebel adalah perabot atau perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti halnya kursi, meja, dan lemari.
7. Karduluk adalah sebuah Desa yang terletak di Kec. Pragaan Kab. Sumenep, Karduluk berasal dari kata “Ngekar (Areka Madura)” yang berarti Membuat Sketsa Ukiran, dan kata “Duluk” mempunyai arti Subur/Indah.<sup>16</sup>

Pada judul tersebut, poin yang perlu dijelaskan adalah *mekanisme pasar mebel di desa Karduluk* dan juga *relevansi penetapan harga menurut Ibnu Khaldun terhadap mekanisme pasar mebel di desa Karduluk*, seperti maksud *mekanisme pasar mebel di desa Karduluk* adalah hal-hal yang dilakukan ataupun faktor-faktor yang ada di pasar mebel di desa Karduluk dalam menentukan sebuah harga di pasar, dan maksud *relevansi konsep harga menurut Ibnu Khaldun*

---

<sup>14</sup>Harifudin Cawidu, *Konsep Kufr Dalam Al-Qur'an, Suatu Kajian Teologis Dengan Pendekatan Tematik*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1991), 13.

<sup>15</sup>Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), 450.

<sup>16</sup>Dokumen profil umum Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.

*terhadap mekanisme pasar mebel di desa Karduluk* adalah kesesuaian yang ada pada teori yang dijelaskan Ibnu Khaldun dalam kitab *Muqaddimah*nya dengan yang ada ataupun yang terjadi di pasar mebel desa Karduluk.

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan sumber dari hasil penelitian dahulu yang nantinya diusahakan oleh peneliti sebagai bahan perbandingan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu menjadi salah satu referensi dasar ketika akan melakukan sebuah penelitian. Karena penelitian terdahulu berguna untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan digunakan dalam kajian penelitian yang akan dilaksanakan.

Adapun penelitian yang berjudul “*Relevansi Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun Terhadap Mekanisme Pasar Mebel di Desa Karduluk*” tidak lepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan pandangan dan referensi yaitu:

*Pertama* penelitian ini ditulis oleh Septi Mulya Sari untuk menyelesaikan skripsinya di Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, pada tahun 2017 dengan judul “*Relevansi Konsep Harga Ibnu Khaldun Terhadap Penetapan Harga Di Pasar Pagi Pagar Dewa Kota Bengkulu*”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui konsep harga menurut pemikiran Ibnu Khaldun, serta relevansinya terhadap penetapan harga di pasar Pagar Dewa. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa harga menurut Ibnu Khaldun adalah penawaran dan permintaan. Jadi apabila permintaan meningkat, maka harga pun akan meningkat. Sebaliknya apabila permintaan menurun, maka harga pun akan menurun. Dalam hal ini kemanfaatanlah yang menggerakkan permintaan. Ibnu Khaldun membedakan antara kebutuhan primer dan sekunder, dari segi penerapan hukum penawaran dan permintaan. Adapun relevansinya penetapan harga yang saat ini terjadi bukan berlandaskan teori permintaan dan penawaran, melainkan harga menjadi tinggi disebabkan oleh oknum tertentu atau tengkulak-tengkulak yang curang dengan cara menimbun barang dengan tujuan untuk memanfaatkan kelangkaan atau kurangnya pasokan dengan cara menaikkan harga barang yang di atas harga normal pada saat barang banyak yang di butuhkan.<sup>17</sup>

*Kedua* penelitian ini ditulis oleh M Ikhsan untuk menyelesaikan skripsinya di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, pada tahun 2021 dengan judul “*Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun dan Relevansinya Terhadap Penetapan Harga di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi*”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui konsep harga menurut Ibnu Khaldun dan relevansinya terhadap penetapan harga di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi. Sebagaimana tujuan diantaranya berdampak pada pemerintahan, penjual dan pembeli di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan teknik

---

<sup>17</sup>Septi Mulya Sari, “*Relevansi Konsep Harga Ibnu Khaldun Terhadap Penetapan Harga Di Pasar Pagi Pagar Dewa Kota Bengkulu*”, (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, 2017), 59.

pengumpulan data melalui teknik dokumentasi, observasi dan wawancara kepada para responden.

Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa harga menurut Ibnu Khaldun adalah permintaan dan penawaran. Tingginya permintaan pasar membuat harga menjadi naik. Ibnu Khaldun membedakan antara kebutuhan primer dan sekunder dari segi penerapan hukum penawaran dan permintaan. Dalam perbedaan tingkatan, pedagang yang bermodal kecil dan cenderung memiliki nilai moral yang kurang baik seperti menipu, memainkan timbangan, dan memperlmainkan harga. Pembeli cenderung dirugikan dan mengalami kecurangan dalam jual beli. Relevansi penetapan harga yang saat ini terjadi bukan berlandaskan teori permintaan dan penawaran, melainkan harga menjadi tinggi disebabkan oleh oknum tertentu atau tengkulak-tengkulak yang curang dengan cara menimbun barang dengan tujuan untuk memanfaatkan kelangkaan atau kurangnya pasokan dengan cara menaikkan harga barang yang di atas harga normal pada saat barang banyak yang dibutuhkan.<sup>18</sup>

*Ketiga* penelitian ini ditulis oleh Muslim untuk menyelesaikan skripsinya di UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tahun 2011. Dengan judul "*Mekanisme Harga Menurut Pemikiran Ibnu Khaldun*".

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dengan jelas dan saintifik pemikiran Ibnu Khaldun tentang harga dan mampu memberikan kontribusi berharga dalam mengatasi persoalan harga dan menentukan suatu sistem harga yang seimbang dan adil. Disamping sebagai sumbangsih pemikiran

---

<sup>18</sup>M Ikhsan, "*Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun dan Relevansinya Terhadap Penetapan Harga di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi*", (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi, 2021), 61.

bagi kemajuan ilmu pengetahuan, terutama kajian dalam perspektif Ekonomi Islam. Penelitian tersebut menggunakan metode teknik analisa secara induktif, deduktif dan deskriptif-analitik untuk mengungkapkan konsep yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Ibnu Khaldun menjelaskan keseimbangan harga terjadi apabila penawaran dan permintaan seimbang. Agar terciptanya harga yang harmonis Ibnu Khaldun memaparkan konsep pasar bebas dimana tidak ada intervensi pemerintah. Konsep pasar bebas yang di paparkan Ibnu Khaldun memberikan persaingan yang sehat, harga akan terbentuk secara alami di pasaran.<sup>19</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada akan disajikan pada tabel berikut:

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Relevansi Konsep Harga Ibnu Khaldun Terhadap Penetapan Harga Di Pasar Pagi Pagar Dewa Kota Bengkulu.	<p>Sama-sama membahasrelevansi Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun.</p> <p>Sama-sama menggunakanpenelitian kualitatifdeskriptif.</p> <p>Tehnik pengumpulandatanya sama yaituobservasi, wawancara, dandokumentasi.</p>	<p>Tempat penelitian terdahulu yaitu di Pasar Pagar Dewa.</p> <p>Sedangkan penelitian initempatnya di Desa Karduluk..</p> <p>Pembahasannya yaitupenelitian terdahulumembahasrelevansi konsep harga di pasar sedangkan penelitian ini tentangrelevansi konsep harga mebel.</p>

<sup>19</sup>Muslim, "*Mekanisme Harga Menurut Pemikiran Ibnu Khaldun*", (Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Riau, 2011), 53.



2.	Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun dan Relevansinya Terhadap Penetapan Harga di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi.	Sama-sama membahas tentang Konsep Harga Ibnu Khaldun.  Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	Objek penelitiannya di Pasar Rakyat Talang Banjar Kota Jambi.
3.	Mekanisme Harga Menurut Pemikiran Ibnu Khaldun.	Memberikan gambaran tentang harga menurut Ibnu Khaldun.	Menggunakan teknik analisa secara induktif, deduktif dan deskriptif-analitik.