

Analisis Konsep Keadilan dalam Penetapan Harga Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Abstract

Zainol Fata¹,
Ilyas Nurul Azam²

¹Sekolah Tinggi Agama
Islam Darul Ulum
Banyuanyar Pamekasan
Email:
zainoelfata@gmail.com

²Sekolah Tinggi Agama
Islam At-Tahtdzib
Jombang
Email:
ilyasnurulazam@gmail.com

This study examines the concept of justice in pricing from the perspective of Islamic business ethics. Islam emphasizes that price is not merely a transactional number, but a moral instrument reflecting justice, balance, and public benefit (masalah) for all parties. Fair pricing should be based on principles of justice, honesty, transparency, and the rejection of harmful practices such as gharar, riba, and ihtikār.

The purpose of this research is to explore how Islamic business ethics frame the concept of fair pricing and its relevance in ensuring justice and welfare in business transactions.

The research employed a library research method with a descriptive-analytical approach, reviewing classical and contemporary literature related to Islamic economics and business ethics.

The results indicate that fair pricing reflects the proportional value of goods or services, protects consumer rights, ensures reasonable profits for producers, and creates blessings in transactions. The application of these principles is increasingly relevant in the context of globalization and modern business practices, including intense competition, changing consumer behavior, and market digitalization. Therefore, pricing according to Islamic business ethics not only supports business sustainability but also ensures broad societal welfare

Keywords: price, justice, Islamic business ethics, transparency, masalah, Sharia economics

PENGANTAR

Agama Islam sejak dahulu kala telah menjadi pedoman utama bagi kehidupan manusia. Ajarannya tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga dengan sesama dan lingkungan, Dengan sifatnya yang menyeluruh, (Hafidhuddin 2023). Islam memberikan tuntunan dalam seluruh aspek kehidupan, baik spiritual, sosial, ekonomi, maupun budaya, (Izam Taufik and Wahyudi 2023, 689). Prinsip ini menjadikan Islam bukan sekadar sistem keyakinan, melainkan juga *way of life* (jalan hidup) yang mampu menuntun manusia dalam mewujudkan keseimbangan hidup di dunia dan keselamatan di akhirat

Dalam aspek sosial, Islam menekankan pentingnya menjaga hak, kewajiban, dan keadilan di antara sesama. Dalam ranah budaya, Islam memberikan arah agar manusia membangun peradaban yang berlandaskan akhlak mulia dan ilmu pengetahuan. Sedangkan dalam bidang ekonomi, Islam menghadirkan prinsip-prinsip dasar yang mengatur hubungan manusia dalam kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi agar berlangsung secara adil, halal, dan bermanfaat bagi semua pihak. Salah satu instrumen penting dalam kegiatan ekonomi yang sangat diperhatikan oleh Islam adalah harga.

Harga merupakan salah satu elemen terpenting dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Harga tidak sekadar memengaruhi perilaku konsumen dan tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendorong pencapaian keuntungan perusahaan, (Susanna Saragih et al. 2023, 403). Dalam konteks ekonomi konvensional, harga umumnya ditentukan melalui mekanisme pasar yang menitikberatkan pada interaksi antara permintaan dan penawaran. Prinsip tersebut memang dianggap

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



efisien, namun seringkali menimbulkan praktik yang berpotensi merugikan salah satu pihak, seperti monopoli, oligopoli, penimbunan barang, hingga spekulasi harga.

Dalam praktik bisnis modern, fenomena ketidakadilan dalam penetapan harga masih sering ditemukan, baik pada tingkat produsen, distributor, maupun pengecer. Kasus-kasus seperti harga barang kebutuhan pokok yang melonjak drastis menjelang hari raya, manipulasi harga produk digital, hingga perang harga yang merugikan pelaku usaha kecil, merupakan contoh nyata terjadinya distorsi nilai keadilan dalam pasar. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai bagaimana seharusnya harga ditetapkan agar tidak menimbulkan ketidakadilan sosial dan ekonomi.

Islam, sebagai agama yang komprehensif, memberikan panduan yang jelas dalam aktivitas ekonomi termasuk dalam penetapan harga. Etika bisnis Islam tidak hanya menekankan pada aspek keuntungan semata, tetapi juga menuntut adanya prinsip keadilan, kejujuran, keterbukaan, serta keberkahan dalam setiap transaksi. Dalam Al-Qur'an maupun hadis, terdapat banyak ajaran yang menekankan larangan melakukan praktik bisnis yang merugikan, seperti penipuan (*taḍlis*), penimbunan (*ihtikar*), riba, maupun *gharar*. Prinsip dasar dalam penetapan harga menurut perspektif Islam adalah memastikan tidak adanya pihak yang dirugikan, baik konsumen maupun produsen, serta menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dengan kemaslahatan masyarakat.

Konsep keadilan dalam penetapan harga menurut etika bisnis Islam dapat dipahami dari berbagai dimensi. Pertama, keadilan dalam harga harus mencerminkan nilai wajar sesuai kualitas barang dan biaya yang dikeluarkan, Harga bukan sekadar angka nominal, melainkan mencerminkan nilai serta hubungan sosial yang terjalin dalam suatu transaksi. Oleh karena itu, keadilan dalam penentuan harga memiliki peran penting, sebab ketidakwajaran harga dapat memicu ketidakselarasan baik dalam aspek ekonomi maupun social, (Rahman and Nahei 2024, 124). Kedua, harga harus ditetapkan dengan transparan tanpa menutupi cacat atau kualitas produk. Keterbukaan dalam aktivitas perdagangan bertujuan menjaga hak seluruh pihak yang terlibat, baik penjual maupun pembeli, agar tidak ada pihak yang mengalami kerugian, (Rahman and Nahei 2024, 130). Ketiga, harga yang adil tidak boleh menjerumuskan pada eksploitasi atau pemaksaan terhadap salah satu pihak. Dengan demikian, harga dalam perspektif Islam bukan sekadar angka transaksi, melainkan bagian dari ibadah yang menuntut tanggung jawab moral dan spiritual.

Dalam konteks globalisasi dan era modern saat ini, penerapan konsep keadilan dalam penetapan harga menurut etika bisnis Islam menjadi semakin relevan. Persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, serta tantangan digitalisasi pasar memunculkan kebutuhan akan kerangka etis yang mampu menjaga keberlangsungan bisnis sekaligus menegakkan nilai-nilai keadilan. Oleh karena itu, penelitian tentang *Analisis Konsep Keadilan dalam Penetapan Harga menurut Perspektif Etika Bisnis Islam* sangat penting dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai prinsip-prinsip keadilan harga dalam Islam, serta relevansinya dalam menjawab permasalahan harga di era modern

REVIEW LITERATUR

Keadilan

Allah adalah Sang Maha Pencipta atas seluruh yang ada, dan di antara sifat-Nya yang utama ialah keadilan. Islam sebagai agama mengajarkan nilai-nilai yang menuntun manusia agar membentuk karakter yang adil dan seimbang, baik dalam berhubungan dengan dirinya sendiri, dengan sesama manusia, maupun dengan lingkungan sekitarnya, (Darmawati 2020, 41).

Islam menekankan bahwa keadilan harus diwujudkan dalam tiga dimensi utama pertama, Keadilan terhadap diri sendiri, manusia dituntut untuk menjaga keseimbangan dalam hidupnya, seperti mengatur waktu antara ibadah, bekerja, dan istirahat, serta menghindari perbuatan yang merusak diri seperti maksiat atau kezaliman terhadap tubuhnya.

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Kedua keadilan terhadap sesama manusia, Islam mengajarkan untuk berlaku jujur, menghormati hak orang lain, menolong yang membutuhkan, serta tidak menzalimi siapa pun, baik dalam pergaulan, perniagaan, maupun kehidupan social.

Ketiga keadilan terhadap lingkungan, manusia sebagai khalifah di muka bumi wajib menjaga kelestarian alam, tidak merusaknya, serta memanfaatkannya secara bijak agar tetap bermanfaat bagi generasi berikutnya. Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk selalu berbuat adil hampir dalam semua perilaku yang dilakukan dan termasuk juga dalam kegiatan bisnisnya.

Dalam Islam, bisnis tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai sarana ibadah dan bentuk pengabdian kepada Allah. Oleh karena itu, setiap aktivitas bisnis harus dijalankan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*). Keadilan bermakna menempatkan sesuatu pada tempatnya, memberi hak kepada yang berhak, dan menghindari segala bentuk kezaliman.

Harga

Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang (dan kadang termasuk produk tambahan jika memungkinkan) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi tertentu dari barang atau jasa, (Mubasit 2012, 53). Defini tersebut menjelaskan bahwa harga menunjukkan jumlah uang yang harus dibayarkan, dan kadang disertai produk tambahan, untuk mendapatkan kombinasi spesifik barang atau jasa. Konsep ini mencerminkan nilai ekonomi suatu produk, menjadi alat pengukur dalam transaksi, serta memengaruhi keputusan konsumen, strategi penjualan, dan keseimbangan hubungan antara pembeli dan penjual.

Harga juga berfungsi sebagai alat untuk menilai nilai suatu barang, sekaligus menjadi faktor penting bagi produsen dalam memengaruhi permintaan pasar dan menarik minat konsumen. Sebagai indikator nilai produk, penetapan harga harus mempertimbangkan potensi pasar dengan cermat. Oleh karena itu, harga yang ditentukan sebaiknya tetap terjangkau bagi konsumen sekaligus mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan, (Kamal Zubair 2020, 71). Harga berperan menilai nilai barang dan memengaruhi permintaan serta minat konsumen. Penetapan harga harus memperhatikan potensi pasar agar tetap terjangkau bagi konsumen sekaligus menjamin keuntungan perusahaan, sehingga menjadi strategi penting dalam menjaga keseimbangan ekonomi dan keberlanjutan bisnis.

Tujuan Penetapan Harga

Penetapan tujuan harga merupakan aspek utama yang perlu diperhatikan saat menentukan harga suatu produk. Perusahaan harus menetapkan target yang ingin dicapai melalui penawaran produk tertentu, dan tujuan ini dapat berbeda-beda tergantung strategi masing-masing perusahaan. Adapun tujuan dari penetapan harga adalah mendapatkan posisi pasar, mencapai kinerja keuangan, penentuan posisi produk, merangsang permintaan, mempengaruhi persaingan, (Zainurossalamia ZA 2020, 106)

Harga dalam Persepektif Islam

Dalam menetapkan harga, Islam menekankan larangan menggunakan cara-cara yang merugikan pelaku usaha lain. Salah satu tujuan utama dari perdagangan adalah memperoleh keuntungan, namun Islam tidak membenarkan pengambilan laba secara berlebihan. Menurut Enina, dalam proses penetapan harga, Islam menekankan bahwa harga perlu disesuaikan dengan kondisi barang yang diperjualbelikan agar konsumen tidak mengalami kerugian, (Wigati 2021, 35). Dengan demikian Islam menekankan prinsip keadilan dalam penetapan harga dengan melarang praktik yang merugikan pelaku usaha lain. Tujuan perdagangan adalah memperoleh keuntungan secara wajar, bukan berlebihan. Karena itu, harga harus mencerminkan kondisi barang, sehingga konsumen merasa adil, tidak dirugikan, dan transaksi berlangsung etis serta seimbang.

Rasulullah SAW dalam hadis riwayat Ibnu Majah menjelaskan bahwa beliau tidak menetapkan harga secara sepihak, melainkan membiarkannya sesuai mekanisme pasar yang wajar, selama tidak ada praktik yang merugikan seperti penimbunan (*ihtikar*), penipuan (*tadlis*), atau kecurangan lainnya. Ini

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



menunjukkan bahwa harga dalam Islam seharusnya terbentuk secara adil, transparan, dan mencerminkan nilai barang atau jasa yang sesungguhnya.

Selain itu, menurut Al-Ghazali, apabila seorang pembeli memberikan tawaran harga lebih tinggi dari harga yang berlaku, penjual sebaiknya menolaknya. Hal ini dikarenakan keuntungan yang diperoleh akan menjadi berlebihan, meskipun transaksi tersebut tidak mengandung unsur penipuan, (Mubarakah 2020, 5). Dengan demikian, harga harus memperhatikan kondisi barang, daya beli konsumen, dan kelangsungan usaha produsen, agar tercipta keseimbangan dalam pasar

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dilakukan dengan menghimpun, menelaah, serta menganalisis berbagai literatur yang relevan, baik berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun dokumen lain yang mendukung topik penelitian, (Rahmania et al. 2025, 10).

Kajian pustaka dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konsep, teori, serta prinsip keadilan dalam penetapan harga menurut perspektif etika bisnis Islam yang bersumber dari literatur-literatur ilmiah, baik klasik maupun kontemporer. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai konsep keadilan harga dalam Islam tanpa melakukan penelitian lapangan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan prinsip-prinsip keadilan dalam penetapan harga sebagaimana yang tertuang dalam literatur Islam, kemudian menganalisis relevansinya terhadap praktik penetapan harga dalam konteks etika bisnis.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan skunder. Data primer dalam penelitian ini adalah ajaran Islam mengenai keadilan dalam penetapan harga, seperti Al-Qur'an, hadis, kitab tafsir, serta karya-karya klasik ulama yang membahas masalah muamalah, ekonomi Islam, dan etika bisnis. Sedangkan untuk data skunder berbentuk buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta karya akademik lainnya yang relevan dengan tema penelitian, baik dari perspektif ekonomi Islam maupun kajian kontemporer tentang etika bisnis.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan kajian literatur dan analisis terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam, penelitian ini menemukan bahwa konsep keadilan dalam penetapan harga memiliki peran sentral dalam menciptakan keseimbangan, keberkahan, dan kemaslahatan dalam transaksi bisnis. Keadilan harga menurut perspektif Islam bukan sekadar angka nominal yang muncul dari interaksi permintaan dan penawaran, tetapi merupakan instrumen moral yang mencerminkan nilai barang, hak-hak konsumen, serta kepentingan produsen.

Prinsip Keadilan (Al-Adl) dalam Harga

Harga yang adil harus mencerminkan nilai barang secara proporsional dan mempertimbangkan biaya produksi, kualitas produk, serta kondisi pasar. Penetapan harga yang berlebihan atau merugikan salah satu pihak bertentangan dengan prinsip keadilan. Contohnya, penjual beras tidak diperkenankan menaikkan harga secara drastis menjelang Lebaran jika kenaikan tersebut tidak sebanding dengan biaya distribusi

Kejujuran (Shidq) dalam Penetapan Harga

Kejujuran menjadi prinsip mendasar agar harga yang ditetapkan tidak menipu atau menutupi kekurangan produk. Penjual berkewajiban memberikan informasi yang benar terkait kondisi barang, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang adil. Kejujuran dalam harga juga membangun kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas, serta menjaga keberkahan transaksi

Transparansi (Shafāfiyyah)

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Transparansi menuntut keterbukaan dalam menyampaikan faktor pembentuk harga, seperti kualitas, biaya produksi, distribusi, dan margin keuntungan. Praktik transparan menciptakan keadilan dalam transaksi, sekaligus membangun hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli

Larangan Praktik Merugikan: Gharar, Riba, dan Ihtikar

Islam menekankan larangan praktik spekulatif (*gharar*), *riba*, dan penimbunan barang (*ihthikar*) yang merugikan salah satu pihak. Contoh nyata adalah penimbunan minyak goreng oleh distributor besar untuk menaikkan harga secara tidak wajar, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan.

Maslahah (Kemaslahatan Umum)

Penetapan harga harus mempertimbangkan manfaat sosial, bukan semata-mata keuntungan individu. Harga yang adil memberikan kesejahteraan bagi konsumen, menjaga stabilitas pasar, dan menciptakan keseimbangan ekonomi. Contoh penerapannya adalah kebijakan pemerintah dalam menetapkan Harga Eceran Tertinggi (HET) pada LPG atau BBM agar masyarakat tetap dapat mengakses kebutuhan pokok dengan harga wajar

PEMBAHASAN

Konsep Keadilan dalam Penetapan Harga Menurut Islam

Keadilan dan Keseimbangan adalah suatu konsep yang luas berkaitan hampir dengan seluruh aspek kehidupan sosial, politik terutama ekonomi, (Akmal Tarigan 2016, 42). Keadilan dan keseimbangan merupakan konsep mendasar yang mencakup berbagai dimensi kehidupan, mulai dari sosial, politik, hingga ekonomi. Dalam konteks ekonomi Islam, kedua prinsip ini menjadi pedoman penting dalam penetapan harga. Harga yang adil mencerminkan keseimbangan kepentingan penjual dan pembeli, sehingga transaksi berjalan etis. Harga memiliki peran krusial dalam menentukan tercapainya kesepakatan transaksi antara produsen dan konsumen, (Firmansyah 2019, 214)

Penentuan harga jual barang dalam pandangan ekonomi Islam didasarkan pada penerapan prinsip etika, keadilan, serta keseimbangan yang sesuai dengan tuntunan syariat. Dalam ajaran Islam, harga suatu barang atau jasa harus mencerminkan nilai yang layak dan adil sehingga memberikan keuntungan yang seimbang bagi penjual maupun pembeli dalam suatu transaksi, (Hamid et al. 2024, 1161). Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga harus menjunjung nilai moral dan syariah. Harga yang ditetapkan wajib mencerminkan keadilan, keseimbangan, serta kemaslahatan, sehingga mampu melindungi hak penjual maupun pembeli dan menciptakan keberkahan dalam aktivitas perdagangan

Harga Dalam perspektif Islam, bukan sekadar angka yang muncul dari interaksi permintaan dan penawaran, tetapi juga sebuah instrumen moral yang sarat dengan nilai keadilan. Keadilan dalam harga berarti harga ditetapkan sesuai dengan nilai barang atau jasa secara proporsional, tidak merugikan salah satu pihak, dan mengandung kemaslahatan bagi masyarakat.

Al-Qur'an menegaskan larangan terhadap ketidakadilan dalam transaksi. Misalnya, dalam surah *Al-Muthaffifin* ayat 1-3 disebutkan larangan mengurangi timbangan dan takaran. Pesan moral dari ayat ini adalah harga harus mencerminkan nilai riil barang sehingga pembeli mendapatkan haknya secara utuh. Rasulullah ﷺ juga menolak campur tangan dalam penetapan harga kecuali dalam kondisi darurat, seperti ketika terjadi monopoli atau penimbunan barang (*ihthikar*) yang merugikan masyarakat.

Dari perspektif ini, dapat dipahami bahwa keadilan harga dalam Islam berdiri di atas prinsip keseimbangan antara kebebasan pasar dan tanggung jawab sosial. Mekanisme pasar tetap diakui, tetapi Islam menolak praktik yang mengandung kezaliman, seperti spekulasi harga, penimbunan, manipulasi, atau penipuan

Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Penetapan Harga

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Etika bisnis Islam mengandung seperangkat nilai yang harus menjadi acuan dalam penetapan harga. Beberapa prinsip utama antara lain:

Keadilan (al-adl)

Al-'Adl merupakan sifat yang wajib dimiliki manusia untuk menegakkan kebenaran kepada siapa pun tanpa pengecualian, meskipun hal itu dapat merugikan dirinya sendiri, (Hamzah and Hafiz 2014, 45). Keadilan berkaitan erat dengan hak dan kewajiban, termasuk dalam transaksi ekonomi. Dalam konteks harga, keadilan berarti menunaikan amanah dengan menetapkan harga yang wajar, sehingga hak konsumen untuk memperoleh nilai sepadan terpenuhi, sementara penjual tetap memperoleh keuntungan yang layak.

Penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam harus dilakukan secara wajar, dengan mempertimbangkan kualitas produk, biaya produksi, serta kondisi pasar. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keadilan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi. Penjual berhak memperoleh keuntungan yang layak, sementara pembeli mendapatkan barang atau jasa dengan nilai yang sepadan. Larangan mengambil keuntungan berlebihan menjadi penting agar tidak terjadi ketidakadilan, eksploitasi, maupun praktik monopoli yang merugikan masyarakat. Contoh penjual beras di pasar tradisional tidak boleh menaikkan harga secara drastis hanya karena menjelang Lebaran. Jika harga normal Rp12.000/kg, maka kenaikan harga wajar hanya mengikuti peningkatan biaya distribusi, bukan untuk mengeksploitasi tingginya permintaan

Kejujuran (shidq)

Kejujuran dalam pandangan Islam, merupakan prinsip mendasar yang wajib ditegakkan dalam setiap kegiatan bisnis. Rasulullah SAW selalu menekankan pentingnya bersikap jujur, karena sikap ini menjadi dasar utama dalam menjaga keberlangsungan usaha. Dengan kejujuran, seorang pelaku bisnis akan memperoleh kepercayaan, menciptakan hubungan yang harmonis, serta terhindar dari praktik kecurangan yang merugikan. Oleh sebab itu, kejujuran menjadi syarat pokok demi tercapainya keadilan dan keberkahan dalam aktivitas bisnis, (Raihana Mas'ud and Asrini 2024, 137).

Kejujuran merupakan elemen penting bagi seorang pebisnis agar usahanya dapat bertahan dan memberikan keuntungan berkelanjutan. Dalam konteks penetapan harga, kejujuran tercermin dari kesediaan pelaku usaha untuk menentukan harga yang sesuai dengan kualitas barang atau jasa tanpa adanya manipulasi atau kecurangan. Harga yang jujur akan menciptakan rasa percaya konsumen, memperkuat loyalitas, serta menjaga keberkahan usaha. Dengan demikian, kejujuran dalam harga menjadi kunci terwujudnya keadilan dan keberlangsungan bisnis.

Seorang penjual berkewajiban memberikan informasi yang benar terkait produk yang ditawarkan. Penetapan harga tidak boleh dilakukan dengan cara menutupi kekurangan barang atau melebih-lebihkan kualitasnya. Kejujuran dalam harga dan informasi akan menjaga kepercayaan konsumen serta menciptakan transaksi yang adil dan berkah. Contoh, dalam penjualan kendaraan bekas, seorang pedagang wajib memberitahu kondisi mesin yang sudah menurun. Menjual dengan harga tinggi tanpa menyebut cacat barang termasuk bentuk ketidakadilan.

Transparansi (shafāfiyyah)

Prinsip transparansi dalam perdagangan sejalan dengan sifat amanah yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW. Dengan menerapkan transparansi dalam setiap aktivitas jual beli, seorang pedagang pada hakikatnya juga sedang mengamalkan sifat amanah yang diajarkan Rasulullah SAW dalam praktik bisnis, (Aprilia et al. 2022, 811)

Transparansi dalam penetapan harga merupakan prinsip penting dalam etika bisnis Islam maupun praktik ekonomi modern. Transparansi berarti keterbukaan penjual dalam memberikan informasi terkait faktor pembentuk harga, seperti kualitas produk, biaya produksi, distribusi, hingga margin keuntungan yang wajar. Dengan keterbukaan tersebut, konsumen dapat menilai apakah harga yang ditetapkan sebanding dengan nilai barang atau jasa yang diterima. Harga yang transparan tidak hanya menciptakan keadilan dalam transaksi, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang antara penjual dan pembeli.

Larangan Gharar, Riba, dan Ihtikar

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Maisir, gharar, dan riba termasuk praktik yang dilarang dalam ajaran Islam karena bertentangan dengan prinsip keadilan, kejujuran, serta merugikan salah satu pihak, (Puspa Dewi 2022, 35). Dalam konteks penentuan harga, larangan terhadap *maisir*, *gharar*, dan *riba* menegaskan bahwa harga tidak boleh ditetapkan melalui praktik spekulatif, penuh ketidakpastian, atau keuntungan sepihak. Penetapan harga dalam Islam harus mencerminkan keadilan, transparansi, dan kesepakatan yang jujur agar tidak merugikan salah satu pihak dan menjaga keseimbangan pasar.

Dalam penentuan harga, Islam melarang praktik maisir, gharar, dan riba karena menimbulkan spekulasi, ketidakpastian, dan keuntungan sepihak. Harga harus ditetapkan secara adil, transparan, dan melalui kesepakatan jujur, sehingga tidak merugikan salah satu pihak serta mampu menjaga keseimbangan dan keadilan dalam pasar. Contoh penimbunan minyak goreng oleh distributor besar. Penimbunan minyak goreng oleh distributor besar dengan tujuan menaikkan harga secara tidak wajar adalah bentuk *ihthikar* yang jelas dilarang dalam Islam karena merugikan masyarakat luas

Maslahah (Kemaslahatan Umum)

Dalam sistem ekonomi Islam, setiap kegiatan ekonomi, termasuk mekanisme pasar, diarahkan untuk memberikan manfaat yang luas, (Permana 2019, 171). Penetapan harga dan transaksi harus berlandaskan prinsip masalah serta keadilan, sehingga semua pihak memperoleh kesejahteraan, menghindari kerugian, dan menciptakan keseimbangan ekonomi yang adil serta beretika sesuai ajaran syariah.

Penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam harus mempertimbangkan manfaat sosial, artinya keuntungan yang diperoleh tidak semata untuk kepentingan individu atau penjual. Harga harus mencerminkan keadilan, memberikan kesejahteraan bagi konsumen, dan menjaga kestabilan pasar. Dengan demikian, transaksi menjadi seimbang, adil, dan bermanfaat secara luas, selaras dengan prinsip masalah, sehingga ekonomi berjalan harmonis dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak dalam masyarakat. Contoh kebijakan pemerintah dalam menetapkan harga eceran tertinggi (HET) pada gas LPG atau BBM adalah bentuk penerapan masalah agar masyarakat tetap dapat mengakses kebutuhan pokok dengan harga yang adil.

KESIMPULAN

Penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam harus berlandaskan prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan (*maslahah*). Harga tidak hanya menentukan keuntungan material bagi penjual, tetapi juga harus memberikan manfaat sosial, melindungi hak konsumen, dan menjaga kestabilan pasar. Etika bisnis Islam menekankan kejujuran, transparansi, dan penolakan terhadap praktik yang merugikan seperti *gharar*, riba, dan *ihthikar*. Dengan demikian, penetapan harga yang adil menciptakan transaksi yang etis, seimbang, dan berkah, sekaligus mendukung kesejahteraan masyarakat secara luas

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Tarigan, Azhari. 2016. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. FEBI Pers.
- Aprilia, Dwi Gita Nathalia, Rheni Anggraini, and Mohamad Djasuli. 2022. "Penerapan Prinsip Transparansi Pada Kegiatan Perdagangan Ditinjau Dari Sifat Amanah Nabi Muhammad." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, No. 3, Vol. 2.
- Darmawati. 2020. *Etika Bisnis Islam*. Bening Media Publishing.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hafidhuddin, Didin. 2023. *Islam Aplikatif*. Gema Insani.
- Hamid, Alfaththiyatul, Abizar, and Ulil Albab. 2024. "Analisis Penetapan Harga Jual Barang Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Supermarket Surya Bandar Lampung." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, No. 5, Vol. 3.
- Hamzah, Yaksan, and Hamzah Hafiz. 2014. *Etika Bisnis Islam*. Kretakupa Print.

Open Access: https://ejournal.staiat-tahdzib.ac.id/j-mabes/open_access_policy

J-Mabes by ejournal at-tahdzib is licensed under [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



- Izam Taufik, Afif, and Amin Wahyudi. 2023. "Penentuan Harga Dan Bsnis Islam." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, No. 3, Vol. 8.
- Kamal Zubair, Muhammad. 2020. *Implementasi Etika Bisnis Islam*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Mubarokah, Solikatur. 2020. "Analisis Pemikiran Ekonomi Yusuf Qardhawi Tentang Mengambil Keuntungan Berlebihan Dalam Jual-Beli." *AL-HAKIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, No. 1, Vol. 2.
- Mubasit. 2012. *Manajemen Pemasaran*. IAIN Lampung.
- Permana, Yudi. 2019. "Market, Market Mechanism And Price Levels In Islamic Microeconomics Perspective." *International Journal of Nusantara Islam*, No. 2, Vol. 7.
- Puspa Dewi, Rani. 2022. "Larangan MAGHRIB (Maysir, Gharar, Riba) Dalam TransaksiJual Beli Kajian Ekonomi Islam." *Ejesh: Jurnal of Islamic Economics and Social*, No. 1, Vol. 1.
- Rahman, Abd., and Nahei. 2024. "Prinsip-Prinsip Keadilan Dalam Penetapan Harga Perspektif Islam." *AL-HUKMI: Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah Dan Keluarga Islam*, No. 2, Vol. 5.
- Rahmania, Afifah Dwy Rezky Razak, and Ahmad Fauzan Jamal. 2025. "Penerapan Prinsip Larangan Maysir, Gharar, Dan Riba Dalam Bank Syariah." *Jurnal Al-Muqaranah: Jurnal Hukum Dan Pemikiran Islam*, No. 2, Vol. 3.
- Raihana Mas'ud, Busrin, and Asrini. 2024. "Nilai Kejujuran Dalam Penetapan Harga Jual Restoran Onlinegrabfood." *Akmen: Jurnal Ilmiah*, No. 1, Vol. 21.
- Susanna Saragih, Lenti, Nadya Rahmadhani, Kezia Virginia, and Daniel Martinus. 2023. "Strategi Penetapan Harga Yang Efektif Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Spaghetti Homemade: Kasus Dana Pasta." *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, No. 6, Vol. 1.
- Wigati, Sri. 2021. *Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam 5.0*. Global Aksara Pres2.
- Zainurossalamia ZA, Saida. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.

