

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banjarbaru terletak di ketinggian antara 0 hingga 500 meter di atas permukaan laut. Sebagian besar wilayahnya berada pada ketinggian 0-7 meter (36,96%) dan 7-25 meter (33,23%). Hanya sebagian kecil wilayahnya yang berada di ketinggian 100-500 meter (3,51%). Luas wilayah Kota Banjarbaru adalah 305,24 km². Secara astronomis, Kota Banjarbaru terletak di antara 3°25'40" – 3°28'37" Lintang Selatan dan 114°41'22" – 114°54'25" Bujur Timur. Kota ini berbatasan dengan Kabupaten Banjar di sebelah utara, timur, dan barat, serta Kabupaten Tanah Laut di sebelah selatan, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Martapura dan Martapura Barat, Kabupaten Banjar.
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bati-Bati, Kabupaten Tanah Laut.
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Karang Intan, Kabupaten Banjar.
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gambut dan Aluh-Aluh, Kabupaten Banjar.

Kota Banjarbaru yang berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2022 tentang Provinsi Kalimantan Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 68), Kota Banjarbaru ditetapkan sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Secara administratif, Kota Banjarbaru terbagi atas 5 (lima) wilayah kecamatan dan 20 (dua puluh) wilayah kelurahan (*BAPPEDA Kota Banjarbaru, 2024*).

2. Informan Penelitian

Informan Penelitian dalam penelitian ini adalah 15 Pedagang Barang dan Jasa, 15 Pembeli/Konsumen dan 1 dari Dinas Perdagangan & Perindustrian Kota Banjarbaru. Adapun identitas masing-masing informan diuraikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Data Pedagang Barang dan Jasa

No	Nama	Usia	Status
1	Fauzan	21	Pedagang Sembako
2	Idariyana	52	Pedagang Sembako
3	Atiya	22	Pedagang Sembako
4	Rabiatul Adawiyah	26	Pedagang Ayam
5	Fahrul Umam	25	Pedagang Ayam
6	Rufiqah	55	Pedagang Ayam
7	Ayu Rodiah	22	Pemilik Usaha Buket
8	Melda	22	Pemilik Usaha Buket
9	Selvia	30	Pemilik Usaha Buket
10	Fabillah Putri Nasution	23	Pemilik Usaha Buket
11	Anwar	44	Jasa Cuci Motor
12	Heri	45	Jasa Cuci Motor
13	Nor Emilia Hasanah	27	Usaha Online Bahan Makanan
14	Yeni Irmawati	46	Usaha Online Baju
15	Nanik Pri Wahyuni	40	Usaha Online Minuman Herbal

Tabel 4.2 Data Pembeli/Konsumen

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1.	Fadil Umar Islamy	22	Mahasiswa
2.	Rifan Hidayat	22	Pengajar
3.	Teguh	25	Pengajar
4.	Sherlina Aprilia	21	Pengajar
5.	Nazwarina Saharani	21	Mahasiswa
6.	Audia	22	Pegawai Swasta
7.	Siska	22	Mahasiswa
8.	Sartono	53	Pegawai Swasta
9.	Nurul Widia	23	Ibu Rumah Tangga
10.	Noor Adnani	24	Pegawai Negeri
11.	Muhammad Aminullah	20	Mahasiswa
12.	Norkhalisa Afifah	23	Penjahit
13.	Almejiem Aditya Wijaya	21	Mahasiswa
14.	Desyani Eka Safitri	23	Ahli Gizi
15.	Alya Maulida	24	Ibu Rumah Tangga

Tabel 4.3 Data Informan dari Dinas Perdagangan & Perindustrian Kota Banjarbaru

No	Nama	Usia	Jabatan
1.	Jumiatul	57	Kepala Bidang Perdagangan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarbaru

3. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan dengan 30 Informan terdiri dari Pedagang dan Pembeli di Kota Banjarbaru dan 1 Informan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarbaru, maka diperoleh lah hasil dan temuan yang relevan pada penelitian ini:

a. Metode Penentuan Harga oleh Pedagang di Kota Banjarbaru

- 1) Informan yakni Fauzan selaku Pedagang Sembako menyatakan sebagai berikut:

“Dalam menetapkan harga sembako yang kami jual tergantung mengambil dari mananya atau penyuply nya, kalo mengambilnya murah, kami bisa mengambil keuntungannya sedikit atau lebih banyak, tergantung harga pasarnya, kami mengikuti harga pasar, agar persaingannya sehat, bisa lebih mahal 1000 atau 2000 atau sama. Apabila permintaan pelanggan banyak sementara stok barang sedikit, maka harga yang kami tetapkan akan menjadi mahal karena barang menjadi langka. Saya melihat harga juga ke toko lain sebagai patokan , supaya sama dengan harga pasar, agar persaingannya sehat. ”

Fauzan menjelaskan bahwa penetapan harga sembako di usahanya dilakukan dengan cara yang sistematis dan responsif terhadap kondisi pasar. Dasar utama dalam menetapkan harga adalah harga beli dari pemasok. Fauzan secara rutin memantau harga dari pemasok dan menyesuaikan margin keuntungan berdasarkan fluktuasi harga yang terjadi. Jika harga beli turun, maka margin keuntungan juga dapat ditekan, sedangkan jika harga beli naik, harga jual pun harus dinaikkan agar semua biaya operasional tetap tertutup.

Fauzan juga menekankan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkannya bersifat fleksibel. Misalnya, ketika permintaan pelanggan meningkat dalam situasi stok yang terbatas, ia dengan cepat menaikkan harga secara proporsional. Sebaliknya, jika stok mencukupi dan persaingan di pasar ketat, ia memilih menetapkan harga yang stabil atau sedikit menurun untuk tetap menarik

pelanggan. Selain itu, Fauzan menyampaikan bahwa konsistensi harga merupakan hal yang penting. Menurutnya, pelanggan akan merasa aman dan nyaman jika harga sembako yang dijual selalu mengikuti standar pasar dan tidak berubah drastis.

2) Informan Idariyana selaku pedagang sembako menyatakan sebagai berikut:

“Dalam menetapkan harga sembako yang saya jual, saya mematok harga dari produsen barang yang ada dibanjar yaitu di pasar lima atau dari sales, apabila naik harga nya, maka naik juga harga yang saya jual, dan apabila turun harganya, maka turun juga harga yang saya jual, kaya minyak dan bawang itu mengikuti harga pasar. Dan yang paling mempengaruhi dalam menentukan harga yaitu pasokannya atau kesediaan barang. Saya juga melihat dari harga toko lain, supaya membandingkan dan menetapkan harga tipis tipis agar pelanggan tidak kabur.”

Idariyana menjelaskan bahwa dalam menetapkan harga sembako yang dijualnya, ia mengambil acuan langsung dari harga yang ditetapkan oleh produsen dan distributor di pasar lokal, seperti di Pasar Lima atau dari informasi yang diberikan oleh sales. Menurutnya, apabila harga barang misalnya minyak atau bawang naik, maka harga yang ia tetapkan pun harus naik. Sebaliknya, jika harga turun, ia juga menyesuaikan harga jualnya ke arah penurunan.

Hal yang paling mempengaruhi penetapan harga bagi Idariyana adalah ketersediaan barang di pasar. Ia menegaskan bahwa pasokan atau ketersediaan barang menjadi indikator utama dalam menentukan harga, karena fluktuasi pasokan secara langsung berdampak pada keseimbangan antara penawaran dan permintaan.

Selain itu Idariyana juga rutin memperhatikan harga pesaing, untuk bisa mengambil keuntungan yang tidak berlebihan.

3) Informan Atiya selaku pedagang sembako menyatakan sebagai berikut:

“Menentukan harga itu tergantung, misalkan kalo belinya di banjar berapa harga nya, itu kita hitung seperti plastiknya dan timbangannya, dan timbangan itu yang paling mempengaruhi dalam menentukan harga. bisa aja kalo ada pelanggan yang menawar, jadi kalo ada yang nawar sedikit saja, saya turunkan. Dan tentu saya pasti melihat untuk harga dari pedagang lain juga, soalnya kami jualannya sama, tidak bisa beda harganya, kalo beda 1000 atau 2000 itu tidak apa apa”

Atiya menjelaskan bahwa penetapan harga sembako di usahanya sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar lokal di Banjar. Dalam proses penentuan harga, Atiya menggunakan metode perhitungan yang melibatkan beberapa komponen. Pertama, ia mengacu pada harga barang yang dibeli di Banjar, sehingga harga dasar ditentukan sesuai dengan standar harga wilayah tersebut. Selanjutnya, ia menambahkan perhitungan tambahan yang mencakup biaya plastik (misalnya, kemasan atau bahan pendukung lain yang digunakan dalam penjualan) dan berat barang yang diukur dengan timbangan. Menurutnya, timbangan merupakan faktor kunci dalam menentukan harga akhir, karena berat barang sangat menentukan nilai jual produk.

Selain itu, Atiya menyatakan bahwa dalam situasi tertentu, apabila ada pelanggan yang menawar harga, ia bersedia melakukan penyesuaian dengan menurunkan harga sedikit.

4) Informan Rabiatal Adawiyah selaku pedagang ayam menyatakan sebagai berikut:

“Dalam menentukan harga ayam yang saya jual, saya menentukan dari modal awal, yang mana satu kilo ayam, modal kotor nya Rp.25.000, jadi kalo ayam nya dua kilo setengah modalnya adalah Rp.55.000 dan setelah itu saya jual Rp.60.000 dan mengambil keuntungan Rp.5000. Dan bisa aja untuk pembeli menawar, asalkan saya tidak mendapatkan kerugian dari modal awal. Menentukan harga ayam yang saya jual ini pun saya perlu melihat penjual ayam yang lain yang menjadi pesaing saya, dan itu perlu. ada harga khusus untuk pelanggan tetap yang membeli ayam disini yang mana dia membeli ayam setiap hari disini dan dibedakan dengan yang lain harganya.”

Rabiatal Adawiyah menjelaskan bahwa penetapan harga ayam di usahanya dilakukan berdasarkan perhitungan yang sangat mendasar namun sistematis. Menurutnya, harga ayam yang dijual ditentukan dari modal awal yang dikeluarkan. Sebagai contoh, ia menyatakan bahwa untuk satu kilogram ayam, modal kotor yang dikeluarkan adalah sekitar Rp25.000. Dalam praktiknya, ketika ia menjual ayam dengan berat tertentu, misalnya dua kilogram, modal yang dikeluarkan mencapai sekitar Rp55.000. Setelah itu, ia menetapkan harga jual ayam tersebut sebesar Rp60.000, sehingga selisih keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp5.000 per transaksi.

Selain perhitungan biaya, Rabiatul juga menyadari pentingnya menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen. Meskipun ia menggunakan metode perhitungan tetap, fleksibilitas tetap ada ketika terjadi perubahan permintaan atau kondisi pasokan yang mempengaruhi harga ayam.

5) Informan Fahrul Umam selaku pedagang ayam menyatakan sebagai berikut:

“Kami mengambil ayam dari kandang, lalu di bikin kan nota dari bos di kandang tersebut, dan di nota itu sudah ditetapkan harganya, kadang 45 ribu atau 50 ribu harganya. harga apabila ditawarkan jadi 42 ribu atau 43 ribu oleh orang maka akan dikasih jika waktu sudah agak siang daripada nahan atau dibawa pulang ayamnya, sehingga penuh dikulkas, jadi lebih baik dikasih harga yang yang lebih murah. Dan saya tidak pernah melihat harga dari pedagang ayam yang lain sebelum menentukan harga. dan ada harga khusus untuk pelanggan tetap”

Fahrul Umam menjelaskan bahwa penetapan harga ayam di usahanya dilakukan melalui mekanisme yang cukup terstruktur dan berdasarkan prosedur internal. Menurutnya, ayam yang akan dijual diambil langsung dari kandang, dan kemudian dibuatkan nota oleh atasan di kandang tersebut. Di dalam nota tersebut, telah ditetapkan harga tetap untuk ayam, yang umumnya berkisar antara Rp45.000 hingga Rp50.000 per ekor. Harga tersebut ditetapkan sebagai acuan dasar yang mencakup seluruh biaya operasional dan memastikan keuntungan yang layak.

Namun, Fahrul Umam juga menyatakan adanya fleksibilitas dalam penetapan harga ketika terjadi negosiasi dengan pelanggan.

Misalnya, apabila ada pelanggan yang menawar harga, terutama pada kondisi tertentu seperti ketika stok ayam sudah penuh di kulkas atau dalam situasi di mana penjualan eceran lebih diprioritaskan, ia bersedia menurunkan harga menjadi sekitar Rp42.000 hingga Rp43.000 per ekor.

Fahrul Umam menegaskan bahwa ia tidak secara rutin membandingkan harga dengan toko lain, melainkan lebih mengandalkan kebijakan internal yang telah ditetapkan dan kesepakatan yang sudah terjalin dengan pelanggan tetap.

6) Informan Rufiqah selaku pedagang ayam menyatakan sebagai berikut:

“Harga yang saya tetapkan tergantung berat timbangan, ayam itu sama, yang kecil dan besar, jadi yang dilihat adalah berat dari ayam tersebut untuk menentukan harga, modal pun juga mempengaruhi, karena masing masing broker tidak sama. untuk pelanggan tetap dan orang rumahan beda harganya, karena pelanggan tetap dijual lagi ayam nya, otomatis kita bagi keuntungan masing masing, beda lebuah murah 1000 atau 2000 dari harga yang dijual ke orang rumahan, kalo ga dikasih keringanan tidak kesini lagi. ”

Rufiqah menjelaskan bahwa penetapan harga ayam di usahanya dilakukan dengan pendekatan yang mempertimbangkan karakteristik fisik produk, yakni berat dan ukuran ayam. Ia menyatakan bahwa meskipun ayam yang dijual memiliki harga dasar yang telah ditetapkan, penyesuaian harga dilakukan berdasarkan perbedaan berat atau ukuran ayam yang berbeda. Dengan demikian, ayam yang lebih berat atau berukuran besar akan

dikenakan harga yang berbeda dibandingkan ayam yang lebih kecil, guna menciptakan keadilan dalam transaksi.

Menurut Rufiq, sistem penetapan harga berbasis berat ini tidak hanya memberikan fleksibilitas kepada pelanggan dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan mereka, tetapi juga memastikan bahwa margin keuntungan dapat dipertahankan secara proporsional. Rufiq juga menekankan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkannya bersifat responsif terhadap kondisi pasar.

Lebih lanjut, Rufiq menjelaskan bahwa harga ayam berbeda untuk pelanggan tetap dan pelanggan rumahan. Pelanggan tetap, yang membeli untuk dijual lagi, mendapat harga lebih murah sekitar Rp1.000–Rp2.000 per ekor. Ini dilakukan agar mereka tetap berbelanja di tempat tersebut dan tidak pindah ke penjual lain.

7) Informan Ayu Rodiah selaku pemilik usaha buket menyatakan sebagai berikut:

“Harga jual buket kami tentukan sesuai berapa modal yang dikeluarkan terus ditambah 30% keuntungan yang didapat. Misal modal buket 100.000 dijual 130.000, keuntungan itu sama dengan biaya untuk tenaga yang dikeluarkan. Harga yang kami tetapkan harus sesuai biaya produksi dan keuntungan yang layak bagi kami. Di simplebuket bisa menerima requestan dari pelanggan mau buket seperti apa, jadi kami hitung modal sekian, untung sekian, dan dijual dengan harga yang layak. Awal mula memulai jual buket ini tentu melihat harga di toko lain, ternyata cukup mahal ya. Berhubung saya bukan menjual di pertokoan atau memiliki toko sendiri, jadi saya dan teman saya berdiskusi untuk menjual buket yang bagus dengan harga yang terjangkau. Jadi melihat harga ditoko lain itu sebagai patokan

kami agar tidak sama atau melebihi harga toko tersebut, kecuali request dari pelanggan.”

Ayu Rodhiah menjelaskan bahwa penentuan harga produk buket di usahanya dilakukan dengan cara yang sistematis. Pertama, ia menghitung total biaya modal yang dikeluarkan untuk pembelian bahan-bahan dan biaya operasional. Setelah itu, ia menambahkan keuntungan sebesar 30% ke dalam harga jual. Sebagai contoh, jika modal pembuatan sebuah buket adalah Rp100.000, maka harga jualnya menjadi sekitar Rp130.000. Metode ini memastikan bahwa seluruh biaya produksi tercover dan usaha mendapatkan keuntungan yang layak.

Selain itu, Ayu Rodhiah juga melakukan perbandingan harga dengan toko-toko lain. Di awal usaha, ia dan rekan bisnisnya mengamati harga pasar yang relatif tinggi, sehingga mereka berupaya menawarkan produk berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Ayu Rodhiah juga menyampaikan bahwa penetapan harga di usahanya bersifat fleksibel. Jika ada permintaan khusus dari pelanggan, seperti desain buket yang lebih rumit, harga dapat disesuaikan.

8) Informan Melda selaku pemilik usaha buket menyatakan sebagai berikut:

“Cara saya menentukan harga barang pasti dari mempertimbangkan pembelian barang barangnya dulu disimpulkan dalam 1 buah buket lalu saya jumlah maka bisa saya memperkirakan harga per buket setelah saya bikin, dan yang paling mempengaruhi dalam penjualan adalah jika kertas buket dan bunga itu diminta sesuai keinginan dan barangnya tidak ada itu aja si, tapi sejauh ini masih aman. Permintaan pelanggan juga mempengaruhi, misalnya budgetnya kecil namun ingin buket yang besar tentu akan ada ketidaksesuaian harga terhadap barang. sejauh ini saya menentukan harga tetap dari harga saya sendiri karna saya yakin apa yang saya buat dan saya olah dengan harga yang saya cantumkan pasti sah sah saja dalam artian pembeli mau saja karna mereka pastinya melihat bagaimn teknis kita dalam membuat buket tersebut.”

Melda menjelaskan bahwa penentuan harga produk buket di usahanya dilakukan dengan langkah yang sederhana namun sistematis. Pertama, ia menghitung total biaya pembelian bahan-bahan yang digunakan dalam satu buah buket, seperti kertas buket, bunga, dan aksesoris lainnya. Setelah mengetahui total biaya tersebut, ia menambahkan margin keuntungan untuk menetapkan harga jual per buket.

Menurut Melda, salah satu faktor penting yang memengaruhi penetapan harga adalah ketersediaan barang. Jika bahan-bahan seperti kertas buket atau jenis bunga tertentu sedang banyak diminati oleh pelanggan, dan stoknya terbatas, harga akan disesuaikan untuk mencerminkan kondisi tersebut.

9) Informan Selvia selaku pemilik usaha menyatakan sebagai berikut:

“Cara saya menentukan harga yaitu dengan menjumlahkan HPP (Harga Pokok Penjualan) + Laba + Upah Kerja. Dan Awal

awal memang memantau harga dari kompetitor, tapi sekarang sudah tidak lagi, percaya saja sama harga yang kita kasih. Karna dulu takut di bilang terlalu mahal/terlalu murah.”

Selvia menjelaskan bahwa penetapan harga di usahanya didasarkan pada perhitungan yang mencakup Harga Pokok Penjualan (HPP), margin keuntungan, serta upah kerja. Menurutnya, harga yang ditetapkan harus mampu menutupi semua biaya produksi dan operasional, sekaligus memberikan keuntungan yang wajar tanpa membebani pelanggan. Pada awalnya, Selvia kerap memantau harga dari kompetitor agar tidak menetapkan harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Namun, seiring waktu, ia mulai lebih mengandalkan harga yang telah ditetapkan berdasarkan perhitungan internal.

10) Informan Fabillah Putri Nasution selaku pemilik usaha menyatakan sebagai berikut:

“Dalam menentukan harga buket yang kami jual, kami menyesuaikan harga modal dan tingkat kesulitan membikin sebuah buket, dan harga tersebut sudah menyesuaikan dari permintaan konsumen. Dan saya tidak melihat harga dari toko lain sebelum menentukan harga.”

Fabillah Putri Nasution menjelaskan bahwa penetapan harga di usahanya didasarkan pada penyesuaian antara modal yang dikeluarkan dan tingkat kesulitan dalam pembuatan buket. Menurutnya, setiap buket memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi harga, terutama terkait dengan kerumitan desain dan bahan yang digunakan. Proses penetapan harga dimulai dengan

perhitungan modal, kemudian disesuaikan dengan tingkat kesulitan pengerjaan serta permintaan konsumen.

11) Informan Anwar selaku pemilik usaha jasa cuci motor menyatakan sebagai berikut:

“Saya menentukan harga jasa cuci motor berdasarkan biaya operasional yang saya keluarkan, seperti air, listrik, sabun, dan upah tenaga kerja. Selain itu, saya juga memperhatikan kondisi pesaing lain, seperti berapa harga yang biasanya ditawarkan di tempat cuci motor lain di sekitar.” Dan jenis motor juga menentukan harga apabila motor bebek harga jasanya 12.000 apabila motor gede harganya 15.000. Biaya produksi seperti sabun dan air yang semakin mahal tentu akan membuat saya harus menyesuaikan harga. saya lihat harga di tempat lain supaya bisa bersaing. Kalau terlalu mahal, pelanggan bisa pergi ke tempat lain. Kalau terlalu murah, nanti saya bisa rugi. Jadi, harus cari harga yang pas. Dan juga memberikan layanan tambahan jika ada bagian motor yang perlu dibersihkan. Seperti semir ban.”

Anwar menjelaskan bahwa penentuan harga jasa cuci motor di usahanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya operasional secara menyeluruh. Ia menghitung biaya yang dikeluarkan, seperti penggunaan air, listrik, sabun, dan upah tenaga kerja. Selain itu, Anwar juga memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing di sekitar, sehingga harga yang ia tetapkan tetap kompetitif.

Anwar menyatakan bahwa harga jasa cuci motor juga disesuaikan dengan jenis motor yang dilayani. Sebagai contoh, harga untuk motor bebek ditetapkan sebesar Rp12.000, sedangkan untuk motor besar, harganya ditetapkan sebesar Rp15.000. Penetapan harga tersebut didasarkan pada perbedaan kebutuhan

tenaga dan waktu yang diperlukan untuk mencuci motor dengan ukuran berbeda. Selain itu, Anwar menambahkan bahwa apabila terdapat permintaan untuk layanan tambahan, seperti pembersihan bagian motor yang lebih mendetail atau pemberian semir ban gratis, hal tersebut juga mempengaruhi penetapan harga.

12) Informan Heri selaku pemilik usaha jasa cuci motor menyatakan sebagai berikut:

“Penetapan harga yang pertama dari modal awalnya, yaitu air, sabun, bensin buat keperluan mesinnya dan dan terakhir listrik. kalo permintaan pelanggan, apabila pelanggan meminta untuk banyak bagian motor yang dicuci seperti di poles motornya atau minta layanan pembersihan yang lebih, otomatis harga jasa nya pun meningkat, karena air, bensin dan sabun semakin banyak juga yang dikeluarkan untuk mencuci motornya. ya tentu saya melihat, sebagai pengambilan standar harga yang ada di masyarakat.”

Heri menjelaskan bahwa penentuan harga jasa cuci motor di usahanya didasarkan pada perhitungan biaya dasar dan penyesuaian terhadap permintaan pelanggan. Pertama, ia menghitung modal awal seperti biaya air, sabun, bensin untuk keperluan mesin, dan listrik. Biaya tersebut kemudian menjadi dasar dalam menetapkan harga standar jasa cuci motor.

Heri juga menyatakan bahwa harga yang ditetapkan bersifat fleksibel, terutama jika ada permintaan layanan tambahan. Sebagai contoh, jika pelanggan menginginkan pembersihan lebih detail atau tambahan layanan seperti poles motor, harga akan disesuaikan sesuai dengan tambahan biaya operasional yang dikeluarkan. Selain

itu, Heri memperhatikan harga rata-rata jasa cuci motor di sekitarnya sebagai patokan agar harga yang ditawarkan tetap kompetitif.

13) Informan Nor Emilia Hasanah selaku pedagang bahan makanan

online menyatakan sebagai berikut:

“Saya menetapkan harga tergantung dari biaya pengiriman dari tempat pengolahan, kalo biaya pengirimannya murah, maka saya jual murah, tapi karena sekarang biaya pengirimannya mahal, maka harga yang saya tetapkan pun naik, yang sebelumnya biasanya biaya pengiriman dari tempat pengolahan 40.000 sekarang jadi 60.000. dan dikenakan biaya ongkir apabila keluar dari daerah jalan golf dan jalan peramuhan. Dan saya menetapkan harga melihat juga dari pesaing lain. Modal juga berpengaruh apabila modalnya kurang banyak maka harga nya jadi mahal. dan Juga ada harga khusus untuk pelanggan tetap yang ingin menjual lagi.”

Nor Emilia Hasanah menjelaskan bahwa penetapan harga dalam usahanya sangat dipengaruhi oleh biaya pengiriman dari tempat pengolahan. Ia menyatakan bahwa jika biaya pengiriman rendah, maka harga jual barang dapat ditetapkan lebih murah. Namun, seiring dengan kenaikan biaya pengiriman, misalnya dari Rp40.000 menjadi Rp60.000, harga jual produk juga harus dinaikkan agar usaha tetap mendapatkan keuntungan yang wajar.

Nor Emilia juga menjelaskan. Jika pengiriman masih berada dalam wilayah Jalan Golf dan Jalan Peramuhan, maka tidak dikenakan biaya tambahan. Namun, jika pengiriman dilakukan ke luar dari kedua area tersebut, maka pelanggan akan dikenakan biaya ongkos kirim.

Selain itu, Nor Emilia juga memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing lain. Dengan demikian, ia menggunakan harga pasar sebagai patokan untuk menetapkan harga jual produk.

Nor Emilia juga menegaskan bahwa modal usaha, merupakan faktor penting yang turut mempengaruhi harga. Jika modal yang tersedia terbatas, harga jual pun cenderung ditetapkan lebih tinggi. Selain itu, ia juga menerapkan strategi harga khusus bagi pelanggan tetap, terutama mereka yang bermitra untuk menjual kembali produknya.

14) Informan Yeni Irmawati selaku pedagang baju online menyatakan sebagai berikut:

“Harga sudah ditentukan dari ownernya, untuk reseller sudah ada harga tertentu, harga ecer dan harga reseller itu beda. karena saya reseller, kalo di satu toko ini tidak ada bajunya, maka saya ambil ke toko yang lain. Dan juga saya kasih harga khusus, biasanya yang ngambil banyak, yang lebih dari satu, kita potong harganya.”

Yeni Irmawati menjelaskan bahwa penetapan harga baju dalam usahanya dilakukan melalui skema harga yang telah ditetapkan oleh pihak owner. Sistem ini meliputi dua kategori harga, yaitu harga ecer bagi konsumen akhir dan harga khusus untuk para reseller. Menurutnya, perbedaan skema harga ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan usaha dan daya beli konsumen, sehingga produk tetap terjangkau sekaligus kompetitif di pasar online.

Dalam prakteknya, Yeni Irmawati menyampaikan bahwa harga yang diberikan kepada reseller didasarkan pada kesepakatan yang telah ditetapkan, di mana margin keuntungan tidak terlalu tinggi. Hal ini memungkinkan para reseller untuk memperoleh keuntungan yang wajar tanpa harus menaikkan harga jual secara berlebihan. Yeni juga menekankan pentingnya pemantauan harga secara berkala terhadap produk sejenis di pasar daring. Dengan demikian, ia memastikan bahwa harga yang diterapkan selalu sesuai dengan kondisi pasar dan tren penjualan saat itu.

15) Informan Nanik Pri Wahyuni selaku pedagang minuman herbal

online menyatakan sebagai berikut:

“Harga yang ditentukan sesuai dengan modal usahanya. Saya mengambil keuntungan sedikit saja, asal selalu habis setiap hari. apabila saya sendiri yang mengantar jamunya, harga pun menjadi bertambah karena ada biaya ongkos kirim. saya kasih lebih murah harganya kepada yang ingin menjual lagi agar mereka bisa ambil untung juga. Saya menentukan harga Tidak liat dar toko lain, saya rasa harga yang saya tentukan sesuai degan harga barang nya. ”

Nanik menjelaskan bahwa penetapan harga produk minuman herbal di usahanya didasarkan pada perhitungan modal usaha yang dikeluarkan. Ia menyatakan bahwa harga yang ditetapkan disesuaikan dengan biaya bahan baku dan operasional, sehingga margin keuntungan yang diambil tidak terlalu besar. Menurutnya, hal ini dimaksudkan agar produk yang dijual selalu habis setiap hari dan tetap kompetitif di pasaran.

Lebih lanjut, Nanik Pri Wahyuni mengungkapkan bahwa apabila ia sendiri yang mengantarkan produk kepada pelanggan, maka biaya ongkos kirim akan turut mempengaruhi kenaikan harga jual. Namun, untuk pelanggan yang berminat untuk menjual kembali produk minuman herbalnya, ia memberikan harga yang lebih murah sehingga memungkinkan mereka untuk mendapatkan keuntungan juga.

Adapun rinciannya disajikan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4 Rincian cara menentukan harga dari Pedagang

No	Nama Informan	Jenis Usaha	Cara Menentukan Harga
1.	Fauzan	Pedagang Sembako	Mengikuti harga dari penyuply dan pasar
2.	Idariyana	Pedagang Sembako	Mengikuti harga dari produsen dan sales
3.	Atiya	Pedagang Sembako	Berdasarkan harga dari pemasok dan biaya tambahan
4.	Rabiatul Adawiyah	Pedagang Ayam	Berdasarkan modal awal ditambah keuntungan
5.	Fahrul Umam	Pedagang Ayam	Mengikuti harga yang ditetapkan dalam nota pemasok
6.	Rufiq	Pedagang Ayam	Menentukan harga berdasarkan berat timbangan ayam
7.	Ayu Rodiah	Pemilik Usaha Buket	Menentukan harga berdasarkan modal dan menambahkan keuntungan
8.	Melda	Pemilik Usaha Buket	Berdasarkan modal bahan baku dan tingkat kesulitan pembuatan
9.	Selvia	Pemilik Usaha Buket	Berdasarkan HPP (Harga Pokok

			Penjualan) + Laba + Upah Kerja
10.	Fabillah Putri Nasution	Pemilik Usaha Buket	Berdasarkan harga modal dan tingkat kesulitan pembuatan buket
11.	Anwar	Jasa Cuci Motor	Berdasarkan biaya operasional dan harga pesaing
12.	Heri	Jasa Cuci Motor	Berdasarkan modal awal dan jenis kendaraan
13.	Nor Emilia Hasanah	Usaha Online Bahan Makanan	Berdasarkan biaya pengiriman dan harga pesaing
14.	Yeni Irmawati	Usaha Online Baju	Harga sudah ditentukan oleh supplier
15.	Nanik Pri Wahyuni	Usaha Online Minuman Herbal	Berdasarkan modal usaha dan biaya tambahan

b. Faktor keputusan membeli barang atau jasa dan konsep Harga menurut Konsumen Kota Banjarbaru

Peneliti juga melakukan wawancara dari sisi pembeli/konsumen mengenai apa saja faktor yang mereka putuskan sebelum membeli barang/jasa:

1) Informan yakni Fadil Umar Islamy menyatakan sebagai berikut:

“Yang pastinya keperluan barang tersebut untuk dibeli apakah sedang sangat di butuhkan sekarang atau tidak bila tidak urgent maka saya akan membeli nya nanti saja. Lalu harga juga menjadi salah satu faktor juga bila terlalu mahal namun sedang tidak urgent maka tidak dibeli tapi ketika memang diperlukan maka mau tidak mau tetap membeli dengan catatan harus tetap mencari harga yang paling rendah untuk barang tersebut. bila di toko lain ada yang lebih murah dan terjamin juga kualitasnya maka saya akan mengambil barang dari toko lain tersebut”

2) Informan yakni Nurul Widia menyatakan sebagai berikut:

“Kebutuhan mendesak”

3) Informan yakni Teguh menyatakan sebagai berikut:

“Yang jelas kualitas itu yang diutamakan”

4) Informan yakni Norkhalisa afifah menyatakan sebagai berikut:

“Harga dan kualitas”

5) Informan yakni Muhammad Aminullah menyatakan sebagai berikut:

“Harga.”

6) Informan yakni Almejiem Aditya Wijaya menyatakan sebagai berikut:

“Harganya, apakah sepadan dengan kualitasnya.”

7) Informan yakni Siska menyatakan sebagai berikut:

“Harga dan kualitas.”

8) Informan yakni Audia menyatakan sebagai berikut:

“Yang pertama saya pikirkan sebelum membeli barang atau jasa adalah “kebutuhan” tersebut. Apakah saya butuh atau tidak. Kemudian setelah itu saya akan memikirkan harga agar dapat memberi patokan uang yang saya miliki, setelah itu baru saya lihat kualitasnya apakah barang ataupun jasa dengan harga tersebut sesuai dengan kualitas. Karena tidak semua barang ataupun jasa yang murah kualitasnya jelek, dan begitupula sebaliknya, tidak semua barang ataupun jasa yang mahal memiliki kualitas yang sesuai.”

9) Informan yakni Noor Adnani menyatakan sebagai berikut:

“Yang pertama dilihat kebutuhan dulu, setelah itu lalu harganya, mahal atau murah, setelah itu baru melihat dari kualitas nya, apakah sesuai kualitas nya sesuai dengan harga yang dijual.”

10) Informan yakni Rifan Hidayat menyatakan sebagai berikut:

“Yang pertama yang pasti kebutuhan dulu, baru setelah saya pikir pikir dengan kebutuhan yang saya perlukan baru selanjutnya memikirkan harganya dengan kualitasnya.”

11) Informan yakni Desyani Eka Syafitri menyatakan sebagai berikut:

“Kalo membeli barang/jasa saya melihat dari kebutuhannya dulu, apakah barang tersebut benar benar dibutuhkan atau keinginan semata saja, lalu setelah itu melihat harga dan kualitas nya juga.”

12) Informan yakni Sherlina Aprilia menyatakan sebagai berikut:

“Tergantung barang/jasa yang dibutuhkan, tapi kalo saya biasanya lebih melihat kualitas dibandingkan dua hal tersebut.”

13) Informan yakni Nazwarina Saharani menyatakan sebagai berikut:

“Semuanya *balance*, kalo diurutkan yang pertama keperluan dulu, setelah itu melihat harganya, dan yang terakhir membandingkan kualitasnya.”

14) Informan yakni Sartono menyatakan sebagai berikut:

“Kalau barang itu sangat saya butuhkan, saya akan beli meskipun agak mahal. Tapi kalau masih bisa ditunda, saya lebih memilih mencari yang kualitasnya bagus dengan harga yang masuk akal.”

15) Informan yakni Alya Maulida menyatakan sebagai berikut:

“Sebelum membeli barang, saya selalu mempertimbangkan harga dan kebutuhan. Kalau barang kebutuhan pokok, pasti tetap

dibeli meskipun harganya naik. Tapi kalau barang sekunder, saya pikir-pikir dulu apakah benar-benar butuh atau tidak.”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebelum melakukan pembelian, konsumen lebih mempertimbangkan aspek kebutuhan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa keputusan pembelian sangat bergantung pada urgensi kebutuhan. Misalnya, Fadil Umar Islamy menyatakan bahwa jika barang tidak dibutuhkan segera, ia cenderung menunda pembelian, namun jika mendesak, ia akan mencari harga yang paling rendah. Sebaliknya, konsumen seperti Teguh dan Sherlina Aprilia lebih menekankan kualitas sebagai faktor utama. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan membeli tidak semata-mata didasarkan pada harga, melainkan merupakan pertimbangan kompleks yang mencakup kebutuhan, harga, dan kualitas produk.

Adapun rinciannya pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Faktor Konsumen dalam membeli barang/jasa

No	Nama	Faktor dalam membeli barang/jasa
1.	Fadil Umar Islamy	Kebutuhan dan harga
2.	Rifan Hidayat	Kebutuhan, harga, dan kualitas
3.	Teguh	Kualitas
4.	Sherlina Aprilia	Kualitas
5.	Nazwarina Saharani	Kebutuhan, harga, dan kualitas
6.	Audia	Kebutuhan, harga, dan kualitas
7.	Siska	Harga dan kualitas
8.	Sartono	Kebutuhan, harga, dan kualitas
9.	Nurul Widia	Kebutuhan mendesak
10.	Noor Adnani	Kebutuhan, harga, dan kualitas

11.	Muhammad Aminullah	Harga
12.	Norkhalisa Afifah	Harga dan kualitas
13.	Almejiem Aditya Wijaya	Harga dan kualitas
14.	Desyani Eka Safitri	Kebutuhan, harga, dan kualitas
15.	Alya Maulida	Harga dan kebutuhan

Mayoritas konsumen mengungkapkan bahwa mereka sering membandingkan harga sebelum membeli, terutama untuk produk yang memiliki nilai lebih tinggi atau barang-barang yang dijual secara online. Noor Adnani, misalnya, menyatakan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Saya sering membandingkan harga, apalagi adanya toko online, biasanya ada perbedaan harga yang signifikan dengan toko yang lain, apalagi membandingkan antara toko online dan toko offline. contoh harga sepatu di toko offline 250.000 setelah di cek di toko online harga sepatunya 150.000, perbedaan harganya cukup jauh.

Noor Adnani menjelaskan bahwa perbedaan harga yang signifikan antara toko online dan offline sangat memengaruhi keputusannya. Rifan Hidayat dan Desyani Eka Syafitri juga menyatakan pendapat mengenai membandingkan harga merupakan, berikut pernyataan dari Rifan Hidayat dalam wawancaranya:

“Membandingkan harga sudah menjadi hal lumrah yang terjadi di masyarakat kita. apalagi dengan masyarakat yang sangat konsumtif ini, jadi membandingkan harga itu adalah tradisi yang harus dilakukan untuk membeli barang.”

Begitu juga pernyataan dari Desyani Eka Safitri dalam wawancara berikut:

“Saya membandingkan harga dari beberapa toko, apalagi sekarang proses transaksi lebih mudah dilakukan dengan *e commerce* jadi lebih mudah juga membandingkan harga dari toko ke toko lainnya.

Mereka menyatakan bahwa membandingkan harga merupakan praktik lumrah, yang membantu mereka memastikan bahwa pembelian yang dilakukan merupakan pilihan yang ekonomis.

Dalam hal persepsi keadilan harga, jawaban konsumen bervariasi. Sebagian menyatakan bahwa harga yang ditawarkan sudah adil, karena harga didasarkan pada perhitungan keuntungan pedagang yang wajar. Sebagaimana pernyataan dari Muhammad Aminullah yang menyebutkan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Harga yang ditawarkan penjual sudah adil. karena dihitung dari harga barang dan keuntungan bagi penjual. harga yang berbeda beda menurut saya karena adanya berbagai kondisi misalnya pengirimannya barang yang jauh atau kualitas barang tersebut.”

Selanjutnya Sherlina Aprilia menyatakan bahwa harga dinilai adil bila sesuai dengan standar pasar. Berikut pernyataannya dalam wawancara:

“Saya sudah merasa harga yang dijual pedagang sudah cukup adil, karena saya sendiri juga melihat harga pasar dan biasanya mereka penjual menaruh harga yang dijual sudah sesuai dengan harga pasar.”

Namun, ada juga yang mengkritisi adanya praktik di mana pedagang mengambil untung berlebihan, seperti yang diungkapkan oleh Rifan Hidayat yang merasakan perbedaan harga antara toko

offline dan online yang sangat signifikan. Seperti yang diungkapkan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Saya melihat itu terbagi dua, secara online store atau offline store, sebenarnya saya melihatnya terdapat ketidakadilan, perbedaan harganya sangat jauh antara offline store dan online store, padahal dengan kualitas yang sama, harga di online store cenderung lebih murah daripada offline store, jadi terdapat ketidakadilan dalam harga.”

Beberapa konsumen, seperti Audia dan Noor Adnani, menekankan pentingnya transparansi harga agar konsumen tidak merasa dirugikan dan dapat mengambil keputusan yang tepat. Audia dalam wawancaranya menyatakan:

“Pedagang harus memperhatikan target pasar yang ia miliki agar produk yang dijual tetap mendapatkan untung dan tidak merugikan pedagang ataupun pembeli. Pedagang juga harus jujur dalam memberikan harga dan kualitas, nilai produk sangat penting untuk mempertahankan pendapatan yang untung dan tetap adil untuk pembeli.”

Begitu juga Noor Adnani dalam wawancaranya menyatakan:

“Sebelum menjual pedagang menjelaskan dulu kelebihan dan kekurangan dari barang yang dijualnya, supaya yang mau membeli tau dan bisa memikirkan keuntungan buat mereka juga, jangan barangnya mahal tapi kualitasnya buruk tapi itu tidak diberitahukan ke pembeli. Dan malah merugikan pembeli.”

Sebagian besar informan juga menyampaikan harapan mereka agar pedagang menetapkan harga yang tidak memberatkan, serta berperilaku adil dalam transaksi. Alya Maulida, misalnya, dalam wawancaranya dia menyatakan:

“Seharusnya pedagang menetapkan harga yang tidak terlalu jauh dari harga pasar, terutama untuk barang kebutuhan sehari-hari. Kalau harga terus naik tanpa alasan jelas, pembeli bisa kesulitan.

Para konsumen menginginkan agar pedagang memberikan harga yang wajar sehingga konsumen tidak perlu merasa dirugikan. Sebaliknya, ketika konsumen merasa harga terlalu tinggi, mereka cenderung memilih untuk beralih ke toko lain atau berhenti bertransaksi di tempat tersebut. Hal ini terlihat dari pengalaman negatif yang diceritakan oleh beberapa responden, salah satunya Nazwarina Saharani yang menyatakan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Saya pernah membeli suatu barang, karena saat itu mendesak, dan hanya bisa di toko itu saja terakhir yang saya bisa kunjungi, yaudah saya beli, dengan harga yang menurut saya lebih *worth it* di toko sebelah.”

Perbedaan harga yang besar antar toko menyebabkan mereka beralih ke alternatif yang lebih ekonomis. Harapan ini juga mencakup adanya penawaran diskon atau kejelasan informasi harga, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai yang sebanding dengan uang yang dikeluarkan.

c. Harga yang Setara menurut Pedagang dan Konsumen

Dalam wawancara dengan para pedagang dan konsumen, ditemukan bahwa konsep harga wajar memiliki pemahaman yang berbeda-beda. Bagi pedagang, harga wajar adalah harga yang tidak hanya memberikan keuntungan, tetapi juga tetap mempertahankan daya beli konsumen. Dari perspektif konsumen, harga wajar lebih dikaitkan dengan keseimbangan antara harga dan kualitas barang atau jasa.

Sebagian besar pedagang dan konsumen yang diwawancarai tidak mengetahui istilah *Tsaman al-Misl*, tetapi mereka memahami prinsip harga yang setara dalam praktik perdagangan sehari-hari. Rufiq, seorang pedagang ayam, menjelaskan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Terkadang tiap pedagang tidak sama, tapi tetap beda, tidak mungkin kan disini 10.000 dilain juga 10.000 pasti beda dan alasannya beda itu yang disebut harga setara bukan harganya yang sama, ayam dalam 10 ekor kan tidak mungkin kan sama, ada yang besar, sedang dan kecil ga mungkin kan harga yang kecil sama dengan harga yang besar, kasian pembeli nya, yang menang yang besar, yang kecil kasian. Itu kenapa disebut harga setara”

Rufiq menjelaskan bahwa harga setara bukan berarti harga yang sama, melainkan harga yang sesuai dengan kualitas dan kondisi pasar. Prinsip ini juga tercermin dalam strategi harga yang diterapkan oleh para pedagang lainnya, yang menyesuaikan harga berdasarkan berat, ukuran, dan kualitas barang yang dijual.

Rifan selaku konsumen juga menjelaskan dalam wawancaranya konsep *Tsaman Al-Misl* (Harga yang Setara) yang dia ketahui, berikut pernyataannya:

“Saya pernah belajar itu, karena konsep harga setara itu di dalam islam sangat dianjurkan bahkan mendekati hukum wajib untuk mematok harga yang setara, karena dalam islam tidak boleh mengambil keuntungan yang merugikan pembeli, dan itu harus dilakukan oleh semua pedagang.”

Rifan menjelaskan bahwa ia pernah mempelajari konsep harga yang setara (*tsaman al-misl*). Menurut penjelasannya, konsep ini sangat dianjurkan dalam Islam bahkan hampir mencapai status kewajiban.

Rifan menekankan bahwa dalam praktik perdagangan Islam, seorang pedagang tidak diperbolehkan untuk mengambil keuntungan yang merugikan pembeli.

d. Intervensi Harga menurut Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarbaru

Dalam wawancara dengan ibu Jumiatul selaku Kabid Bidang Perdagangan di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarbaru tentang harga dan intervensi pemerintah. narasumber menjelaskan beberapa aspek penting terkait pengawasan dan pengaturan harga di pasar Banjarbaru.

Narasumber menyatakan bahwa harga di pasar ditentukan oleh mekanisme *supply and demand*. Jika stok barang melimpah, harga otomatis menurun karena permintaan konsumen tidak tinggi. Sebaliknya, jika stok berkurang, harga akan naik seiring dengan meningkatnya permintaan. Di dalam wawancara, berikut pernyataan beliau:

“Harga yang ditetapkan dipasar itu berdasarkan supply and demand, permintaan dan penyediaan/penawaran, di hukum ekonomi, kalo stok itu melimpah otomatis harga menurun, karena konsumen tidak begitu membutuhkan, tetapi kalo stok berkurang, yang membutuhkan banyak otomatis harga melambung, itu sudah hukum ekonomi, kami tidak bisa mengintervensi, karena barang yang ada dipasar itu bukan barang subsidi, yang mana barang subsidi itu harus ditetapkan oleh pemerintah harganya, jadi secara ekonomi harga yang ada dipasar itu sudah adil menurut kami.”

Menurut Ibu Jumiatul, hal ini merupakan hukum ekonomi yang sudah berjalan secara alami, sehingga harga yang terbentuk dianggap adil. Intervensi pemerintah tidak dilakukan untuk barang dagangan non-subsidi, karena harga sudah tercermin secara optimal melalui mekanisme pasar.

Untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran, Dinas Perdagangan melakukan pelaporan stok barang secara harian melalui sistem SP2KP (Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok), bekerja sama dengan tim DKP3 (Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan) dan turun langsung ke lapangan. Sebagaimana pernyataan beliau dalam wawancara sebagai berikut:

“Jadi selama ini untuk menjaga keseimbangan itu kita mesti ada laporan stok barang atau stok pangan, itu kita laporkan setiap hari, kita kerja sama dengan teman teman DKP3 (Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan dan turun ke lapangan), dan hasil laporan diserahkan langsung ke kementerian perdagangan melalui sistem SP2KP (Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok), hal ini untuk mencegah adanya kekurangan bahan baku agar harga tidak melonjak tinggi. Dan selain itu kami juga melakukan gelar pangan murah dan gelar pasar murah untuk mengendalikan inflasi agar tetap terjaga”

Langkah ini bertujuan untuk mencegah kekurangan bahan baku yang dapat menyebabkan lonjakan harga. Selain itu, program "gelar pangan murah" dan "gelar pasar murah" diadakan untuk menekan inflasi dan menjaga harga tetap stabil.

Upaya Dinas Perdagangan untuk mencegah praktik monopoli atau manipulasi harga yaitu dengan menurunkan tim pengendali inflasi yang terdiri dari beberapa Instansi dan Lembaga daerah dengan

memiliki tugas khusus untuk mendatangi dan mengawasi kantor-kantor supplier. Sebagaimana pernyataan dari ibu Jumiatul sebagai berikut:

“Untuk mencegah monopoli kami caranya yaitu dengan menurunkan tim pengendali inflasi ke lapangan yang terdiri dari: Bagian Ekonomi, Assisten 2, terkadang bapak Sekda (Sekretaris Daerah) juga turun, Dinas Perdagangan, Inspektorat dan beberapa instansi lainnya. Salah satu tugasnya mendatangi dan mengawasi kantor-kantor supplier agar barang-barang subsidi itu tidak ditimbun.”

Inspeksi ini dilakukan untuk memastikan bahwa barang-barang subsidi tidak ditimbun dan tidak terjadi manipulasi harga yang bisa menyebabkan praktik monopoli.

Narasumber menjelaskan bahwa apabila terdapat indikasi harga minyak yang dijual melebihi batas yang telah ditetapkan (misalnya, jika minyak dijual seharga Rp19.000, sementara harga normalnya sekitar Rp16.000–Rp17.000), maka Dinas akan mendatangi pedagang dan D1 (Distributor terdaftar dari kementerian) untuk melakukan inspeksi dan menggali apakah terjadi permainan harga. Sebagaimana pernyataan beliau didalam wawancaranya:

“Misalnya minyak curah, 16.000 minyak kemasan, 17.000, untuk saat ini harga minyak tidak boleh melebihi dari harga 17.000, jadi kalo seandainya minyak harganya 19.000 dijual oleh pedagang, maka kami akan datangi pedagang dan D1 (Distributor yang terdaftar dari kementerian) untuk melakukan inspeksi dan menggali apakah ada permainan harga.”

Mereka menekankan bahwa intervensi langsung tidak dilakukan karena barang dagangan biasanya mengikuti mekanisme pasar, kecuali untuk barang distribusi strategis seperti minyak, gas elpiji, dan pupuk di mana pengaturan harga dapat dilakukan apabila daerah tersebut

merupakan penghasil utama, seperti contoh bawang merah di daerah penghasil.

Dalam wawancara juga dijelaskan bahwa untuk komoditas yang tidak dihasilkan secara lokal, seperti bawang merah yang berasal dari daerah lain, Dinas tidak dapat mengintervensi secara langsung. Namun, untuk komoditas yang dihasilkan secara lokal misalnya sayuran pemerintah masih memiliki peluang untuk mengatur harga melalui pengawasan yang lebih intensif karena ketersediaan produk lokal yang memadai. Berikut pernyataannya di dalam wawancara:

“Karena banjarbaru bukan daerah penghasil, memang ada orang tanam cabe disini, tapi tidak akan bisa memenuhi pasar. Karena kita bukan daerah penghasil jadi kita tidak bisa mengintervensi pasar, tergantung stok dari daerah lain, contoh beras, gula, bawang merah, cabe. Kecuali kita daerah penghasil dari barang tersebut, maka kemungkinan kita bisa mengatur harga dan tata niaga nya, contohnya kalo kita daerah penghasil seperti bawang merah kita bisa mengatur nya dari petani, kemudian tengkulak atau brokernya, baru setelah itu ke pasar, disitu kita bisa mengawasi, untuk saat ini bawang merah berasal dari daerah lain. untuk sayur kita masih bisa mengatur harga nya karena kita bisa menghasilkan sayur didaerah kita”

Dalam wawancara ini, narasumber menekankan bahwa jika suatu daerah merupakan penghasil utama suatu komoditas, maka pemerintah daerah memiliki peluang lebih besar untuk mengontrol harga dan tata niaga. Sebagai contoh, jika Banjarbaru merupakan daerah penghasil bawang merah, maka pemerintah dapat mengawasi jalur distribusinya mulai dari petani, tengkulak, hingga pasar, sehingga kontrol terhadap harga dapat dilakukan lebih efektif. Namun, karena sebagian besar barang kebutuhan pokok di Banjarbaru bergantung pada

pasokan dari luar daerah, pemerintah daerah tidak memiliki kewenangan untuk mengintervensi harga secara langsung.

B. Pembahasan

1. *Tsaman Al-Misl* menurut Ibnu Taimiyah

Tsaman al-Misl atau harga yang setara adalah tingkat harga di mana pedagang menjual barang dagangannya dengan harga yang dapat diterima oleh masyarakat umum. Harga ini mencerminkan kesetaraan dengan nilai barang yang dijual atau barang sejenis lainnya pada waktu dan tempat tertentu. (Rofiq, 2019). Sebagaimana pernyataan Ibnu Taimiyah didalam Kitabnya *Majmul Fatawa*, yaitu sebagai berikut:

لفرط رغبة او مضارة ، أو غيرها . ويقال فيه ثمن المثل ، ويقال فيه المثل ؛
لأنه بقدر مثل العين

Artinya: “*Karena adanya keinginan yang sangat kuat, kerugian, atau faktor lainnya. Dalam kasus ini, kita menyebutnya sebagai "harga yang Adil" atau "harga yang setara", karena nilainya setara dengan nilai barang tersebut.*”

Konsep harga yang setara harus mempertimbangkan nilai subjektif penjual dan nilai objektif pembeli. Dalam menentukan harga yang setara, Ibnu Taimiyah menyarankan untuk mempertimbangkan ketersediaan barang di suatu tempat. Nilai subjektif penjual merujuk pada bagaimana harga yang ditetapkan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yang memengaruhi keputusan penjual. Sementara itu, pembeli dalam melakukan transaksi juga memiliki sejumlah pertimbangan tertentu, itulah yang dimaksud nilai objektif pembeli (Fatima dkk., 2023).

Menurut Ibnu Taimiyah, Keuntungan yang wajar (*al-riḥ al-ma'ruf*) merupakan bagian dari konsep harga yang setara (*tsaman al-misl*) karena memastikan pedagang tetap mendapatkan manfaat yang layak, tidak merugikan pembeli/konsumen dengan harga yang tidak masuk akal. Prinsip ini menjadi dasar dalam ekonomi Islam, di mana jual beli harus dilakukan dengan cara yang adil, transparan, dan bebas dari praktik eksploitasi. Sebagaimana yang Ibnu Taimiyah sebutkan dalam *Majmu Fatawa*, yaitu:

فلا يبيعوا الحنطة والدقيق إلا بثمن المثل بحيث يربحون الربح بالمعروف
من غير إضرار بهم ولا بالناس

Artinya: “Maka jangan lah mereka menjual gandum dan tepung kecuali dengan harga yang setara, sehingga mereka mendapatkan keuntungan yang wajar tanpa merugikan mereka atau orang lain.”

Ibnu Taimiyah menentang keuntungan yang tidak lazim, yang hanya mementingkan diri sendiri dan memanfaatkan orang lain, terutama ketika masyarakat tidak memperhatikan kondisi pasar. Ia juga berpendapat bahwa pedagang tidak boleh memanfaatkan kebutuhan mendesak seseorang untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan, atau menaikkan harga bagi mereka yang sangat membutuhkan (Fatima dkk., 2023).

Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa barang-barang yang menjadi kebutuhan masyarakat wajib diperdagangkan dengan harga yang setara, yakni harga yang mencerminkan nilai wajar sesuai dengan penawaran dan permintaan. Sebagaimana dinyatakan dalam teks berikut:

وهكذا كل ما اضطر الناس إليه : من لباس وسلاح وغير ذلك ، مما يستغنى عنه صاحبه ، فإنه يجب بذله بثمن المثل

Artinya: “Demikian pula segala sesuatu yang dibutuhkan oleh orang-orang, seperti pakaian, senjata, dan lain-lain, yang tidak dibutuhkan oleh pemiliknya, maka wajib untuk memberikannya dengan harga yang setara.”

Pernyataan ini menekankan bahwa barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat seharusnya tidak diperdagangkan dengan harga yang berlebihan atau merugikan, melainkan dengan harga yang adil dan sesuai dengan kondisi pasar.

Harga yang setara bertujuan untuk mewujudkan keadilan dalam transaksi antara penjual dan pembeli. Konsep ini memastikan bahwa kedua belah pihak merasakan keadilan yang sama. Dalam ekonomi Islam, penetapan harga tidak boleh mengabaikan kepentingan salah satu pihak, melainkan harus menciptakan keseimbangan antara penjual dan pembeli. Keseimbangan ini terwujud ketika keduanya sama-sama merasakan keuntungan dalam transaksi jual beli (St. Fatima, 2021). Ibnu Taimiyah dalam *majumu fatawa* nya menjelaskan sebagai berikut:

وهذا الذي أمر به النبي صلى الله عليه وسلم من تقويم الجميع بقيمة المثل هو حقيقة التسعير

Artinya: “Dan apa yang diperintahkan oleh Nabi SAW, yaitu menilai semua barang dengan *tsaman al-misl* (harga yang setara), itulah hakikat dari penetapan harga (*tas'ir*) yang sebenarnya.”

Dengan menetapkan harga berdasarkan *tsaman al-misl*, mekanisme pasar tetap berjalan dengan sehat dan tidak ada pihak yang dieksploitasi. Prinsip ini juga mencegah praktik monopoli, penimbunan barang, dan penipuan harga yang dapat merusak keseimbangan ekonomi dalam masyarakat. Hadis ini menegaskan bahwa penetapan harga dalam Islam tidak dilakukan secara sewenang-wenang, melainkan harus berdasarkan harga yang adil dan wajar. Inilah hakikat dari konsep penetapan harga yang benar, yaitu memastikan keseimbangan antara hak penjual untuk mendapatkan keuntungan yang layak dan hak pembeli untuk memperoleh harga yang tidak merugikan.

Jadi berdasarkan penjelasan diatas, *tsaman al-misl* adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai sesuatu yang sepadan dengan barang yang dijual atau barang sejenis lainnya pada waktu dan tempat tertentu.

2. Implikasi Pemikiran Ibnu Taimiyah tentang *Tsaman al-Misl* dalam Praktik Perdagangan di Kota Banjarbaru

a. Implikasi konsep *Tsaman al-Misl* bagi Pedagang dan Konsumen di Kota Banjarbaru

Praktik penetapan harga di Kota Banjarbaru berbeda-beda antara pelaku usaha. Para pedagang sembako menentukan harga dengan dasar perhitungan modal awal yang diikuti penambahan margin keuntungan, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi pasar, terutama fluktuasi

pasokan barang. Para pedagang sembako menekankan pentingnya menyesuaikan harga dengan informasi harga dari produsen dan distributor lokal, sehingga mekanisme ini mencerminkan prinsip dasar interaksi antara penawaran dan permintaan. Pola ini sejalan dengan teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa harga terbentuk melalui interaksi antara penawaran dan permintaan (Effendi, 2021), namun juga menegaskan relevansi prinsip keadilan harga dalam perspektif ekonomi Islam yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyah. Dalam hal ini, konsep *Tsaman al-Misl* (harga yang setara) menekankan bahwa harga suatu barang harus mencerminkan nilai sebenarnya dari barang tersebut dan keseimbangan antara penawaran serta permintaan dalam pasar. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibnu Taimiyah:

فإذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير
ظلم منهم وقد ارتفع السعر إما لقلة الشيء ، وإما لكثرة الخلق ، فهذا
إلى الله .

Artinya: “Maka jika orang-orang menjual barang dagangan mereka dengan cara yang biasa tanpa ada unsur penzaliman dari mereka, dan harga naik karena sedikitnya barang atau banyaknya permintaan, maka hal itu diserahkan kepada Allah.”

Dan juga Ibnu Taimiyah mengatakan:

فتبين أنه يجب على الإنسان أن لا يبيع مثل هؤلاء إلا بالسعر
المعروف وهو ثمن المثل

Artinya: “Oleh sebab itu, jelaslah bahwa seseorang tidak boleh menjual kepada mereka kecuali dengan harga yang umum dikenal, yaitu *tsaman al-misl* (harga yang setara).”

Sementara itu, pedagang ayam juga menggunakan metode perhitungan berdasarkan modal awal yang ditambah dengan margin keuntungan tetap. Namun, mereka juga menunjukkan adanya fleksibilitas dalam negosiasi harga, di mana penyesuaian dilakukan secara proporsional ketika terjadi kekurangan pasokan atau permintaan tinggi. prinsip ini mengaitkan bahwa transaksi jual beli harus didasarkan pada pengetahuan dan kerelaan kedua belah pihak melalui negosiasi harga. Hal ini dicerminkan melalui pernyataan Ibnu Taimiyah yaitu sebagai berikut:

وإن لم يكن هؤلاء محتاجين إلى الاتياع من ذلك البائع ؛ لكن
 ، لكونهم جاهلين بالقيمة أو مسلمين إلى البائع غير مماكسين له
 والبيع يعتبر فيه الرضا ، والرضا يتبع العلم ، ومن لم يعلم أنه غبن فقد
 يرضى وقد لا يرضى ، فإذا علم أنه غبن ورضي فلا بأس بذلك ، وإذا
 لم يرض بثمان المثل لم يلتفت إلى سخطه

Artinya: “Meskipun orang-orang itu tidak dalam keadaan terpaksa untuk membeli dari penjual tersebut, mereka tetap harus membeli dengan harga yang setara, karena mereka tidak mengetahui nilai sebenarnya atau menyerahkan diri kepada penjual tanpa menawar. Dalam jual beli, kesepakatan (kerelaan) mengikuti pengetahuan; barang siapa yang tidak mengetahui bahwa ia telah dirugikan, dia mungkin akan menerima atau tidak menerima harga tersebut. Jika dia mengetahui kerugian dan tetap rela, maka tidak ada masalah; namun, jika ia tidak rela dengan harga yang sepadan, maka ketidakpuasannya tidak perlu diperhitungkan.”

Konsep ini menekankan bahwa penetapan harga yang adil adalah suatu keharusan untuk melindungi kedua belah pihak dan memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan akibat ketidaktahuan

mengenai nilai barang. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *Tsaman al-Misl*, karena harga yang ditetapkan tidak hanya merupakan perhitungan matematis tetapi juga respons terhadap dinamika pasar seperti perlunya bernegosiasi dan transparansi dalam menentukan harga antara penjual dan pembeli, sehingga tidak memberatkan dan tetap adil bagi kedua belah pihak.

Di sektor jasa yaitu usaha buket, para pemilik usaha buket mengungkapkan bahwa penetapan harga tidak semata didasarkan pada biaya bahan baku dan margin keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan nilai tambah dari unsur kreativitas dan personalisasi produk. Para pedagang buket menambahkan bahwa tingkat kesulitan dalam pembuatan, serta permintaan khusus dari konsumen, menjadi variabel penting yang mempengaruhi harga. sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyah:

أن يحتاجون إلى صناعتهم ، كالذين يطحنون ويخبزون لأهل البيوت
فهؤلاء يستحقون الأجرة ، وليس لهم عند الحاجة إليهم أن يطالبوا،
إلا بأجرة المثل كغيرهم من الصناع

Artinya: “Mereka membutuhkan keahlian mereka, seperti mereka yang menggiling dan memanggang roti untuk rumah tangga. Orang-orang seperti ini berhak atas upah, dan mereka tidak boleh menuntut lebih dari upah yang wajar seperti tukang lainnya.”

Praktik ini menggambarkan penerapan prinsip keadilan harga, di mana nilai estetika dan kreativitas dihargai secara proporsional, sehingga mendekati konsep harga yang setara menurut Ibnu Taimiyah.

Dalam usaha jasa cuci motor, informan menyatakan bahwa penetapan harga didasarkan pada perhitungan biaya operasional, termasuk air, listrik, dan sabun, serta memperhitungkan kompleksitas layanan yang diberikan. Mereka menekankan bahwa perbedaan harga antara motor bebek dan motor matic mencerminkan perbedaan dalam tingkat kerja yang diperlukan, sehingga harga yang ditetapkan bersifat dinamis dan sesuai dengan nilai layanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mekanisme harga untuk jasa cuci motor memiliki dasar perhitungan biaya, tetap ada elemen penyesuaian berdasarkan konteks pasar dan karakteristik produk, Hal ini sejalan dengan pandangan Ibnu Taimiyah yang menyatakan bahwa:

إذا اضطروا إلى ما عند الإنسان من السلعة والمنفعة وجب عليه أن
يبدل لهم بقيمة المثل

Artinya: “Jika orang-orang terpaksa membutuhkan sesuatu yang ada pada seseorang berupa barang dagangan atau manfaat, maka wajib baginya untuk memberikannya kepada mereka dengan harga yang setara.”

Dengan demikian, dalam konteks jasa cuci motor, harga yang ditetapkan tidak hanya didasarkan pada biaya operasional tetapi juga mempertimbangkan keahlian dan tenaga kerja yang dikeluarkan, sebagaimana dalam prinsip ekonomi Islam bahwa upah harus sesuai dengan nilai kerja yang dilakukan.

Pedagang online mengungkapkan bahwa dalam era digital, penetapan harga dipengaruhi oleh variabel eksternal seperti biaya

pengiriman, diskon, dan perbandingan harga secara *real-time*. Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memantau harga pasar dan menyesuaikan harga produk agar tetap kompetitif. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Ibnu Taimiyah dalam *Majmu Fatawa*, yaitu sebagai berikut:

وفي الجملة فقد نهى النبي صلى الله عليه وسلم عن البيع والشراء الذي
جنسه حلال حتى يعلم البائع بالسعر وهو ثمن المثل

Artinya: "*Secara keseluruhan, Rasulullah telah melarang jual beli yang pada dasarnya halal hingga penjual mengetahui harga, yaitu tsaman al-misl (harga yang sepadan).*"

Strategi ini menunjukkan bahwa dalam konteks perdagangan online, transparansi dan kecepatan informasi sangat penting untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan tetap adil dan sesuai dengan nilai sebenarnya produk, sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan dan menentukan pilihan mereka.

Dalam hal ini, konsep *Tsaman al-Misl* (harga yang setara) menekankan bahwa harga suatu barang harus mencerminkan nilai sebenarnya dari barang dan keseimbangan antara penawaran serta permintaan dalam pasar. Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang setara tidak hanya bergantung pada perhitungan matematis semata, seperti penjumlahan biaya produksi dan margin keuntungan, melainkan juga harus mempertimbangkan kondisi pasar yang sebenarnya serta nilai subjektif dan objektif dari barang tersebut. Ia berargumen bahwa harga yang ditetapkan secara bebas oleh mekanisme pasar, ketika dilakukan

tanpa adanya unsur penipuan, kecurangan, atau pemaksaan, akan menghasilkan harga yang wajar dan dapat diterima oleh kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli. Data wawancara mendukung bahwa, meskipun para pedagang tidak selalu menyebut istilah *tsaman al-misl* tersebut secara eksplisit, praktik penetapan harga mereka mengandung prinsip keadilan yang sejalan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah.

Selain itu, persepsi konsumen mengenai keadilan harga juga menguatkan temuan tersebut. Konsumen mengungkapkan bahwa mereka sangat mengutamakan keseimbangan antara harga dan kualitas, terutama ketika yang dicari adalah kebutuhan pokok. Sebagian besar konsumen menekankan bahwa mereka lebih fokus pada produk-produk yang memenuhi kebutuhan sehari-hari, kebanyakan konsumen konsisten menyatakan bahwa sebelum melakukan pembelian, mereka melakukan perbandingan harga dari berbagai penjual baik melalui platform online maupun offline untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diperoleh. Temuan ini sejalan dengan apa yang dikatakan Ibnu Taimiyah, yaitu sebagai berikut:

وهكذا كل ما اضطر الناس إليه : من لباس وسلاح وغير ذلك ، مما يستغنى عنه صاحبه فإنه يجب بذله بثمن المثل

Artinya: “Demikian pula segala sesuatu yang dibutuhkan oleh orang-orang, seperti pakaian, senjata, dan lain-lain, yang tidak dibutuhkan oleh pemiliknya, maka wajib untuk memberikannya dengan harga yang setara.”

b. Implikasi Konsep *Tsaman Al-Misl* Terhadap Kebijakan Pemerintah Tentang Harga di Kota Banjarbaru

Peran pemerintah dalam mengawasi stabilitas harga juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Dinas Perdagangan menegaskan bahwa harga barang di pasar Banjarbaru ditentukan oleh mekanisme *supply and demand* (penawaran dan permintaan), di mana harga akan turun ketika stok melimpah dan naik ketika stok berkurang. Menurut Dinas Perdagangan, mereka tidak dapat mengintervensi harga barang yang bersifat non-subsidi karena barang tersebut merupakan komoditas dagangan yang mengikuti mekanisme pasar. Namun, untuk barang bersubsidi seperti minyak goreng, gas LPG, dan pupuk, guna memastikan harga tetap stabil dan terjangkau bagi masyarakat. sebagaimana dijelaskan oleh Ibnu Taimiyah bahwa:

وما احتاج إلى بيعه وشرائه عموم الناس فإنه يجب أن لا يباع إلا بثمن
المثل

Artinya: “Dan apa yang dibutuhkan oleh orang banyak untuk dijual dan dibeli, maka tidak boleh dijual kecuali dengan harga yang sama (harga pasar)”

Dalam konteks ekonomi Islam, kebijakan ini relevan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah, yang menekankan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengintervensi harga hanya ketika terjadi ketidakadilan dalam distribusi barang atau monopoli yang dapat merugikan masyarakat luas.

Selain itu, Dinas Perdagangan menjelaskan bahwa kemampuan mereka dalam mengontrol harga sangat bergantung pada apakah suatu barang diproduksi secara lokal atau berasal dari luar daerah. Mereka menekankan bahwa jika suatu daerah merupakan penghasil utama suatu barang, seperti sayuran di Banjarbaru, maka harga dapat lebih mudah dikendalikan karena ada pengawasan langsung terhadap rantai distribusi, mulai dari petani hingga pasar. Sebaliknya, untuk barang yang berasal dari luar daerah, seperti bawang merah, pemerintah daerah tidak memiliki kendali penuh karena pasokannya bergantung pada daerah lain. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah hanya bisa mengawasi distribusi barang lokal tetapi tidak dapat secara langsung mengendalikan harga komoditas yang berasal dari luar daerah. Temuan ini mencerminkan bahwa stabilitas harga sangat dipengaruhi oleh sumber produksi dan rantai pasokan.

Untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran, Dinas Perdagangan bekerja sama dengan DKP3 (Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan) untuk melakukan pemantauan stok pangan harian. Data tersebut kemudian dilaporkan ke Kementerian Perdagangan melalui sistem SP2KP (Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok), yang berfungsi untuk mencegah kekurangan bahan pokok agar harga tetap stabil. Selain itu, pemerintah daerah juga mengadakan program Gelar Pangan Murah

dan Pasar Murah sebagai langkah konkret dalam mengendalikan inflasi dan memberikan akses kepada masyarakat untuk memperoleh barang kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau.

Dalam aspek pengawasan harga, Dinas Perdagangan membentuk Tim Pengendali Inflasi yang bertugas mendatangi dan mengawasi kantor-kantor *supplier* untuk memastikan bahwa barang bersubsidi tidak ditimbun atau dimanipulasi harganya. Langkah ini menunjukkan bahwa pemerintah memiliki mekanisme pengendalian yang bersifat preventif untuk menghindari praktik monopoli yang dapat menyebabkan lonjakan harga tidak wajar. Ibnu Taimiyah dalam pemikirannya menekankan bahwa penimbunan barang (*ihtikar*) merupakan bentuk ketidakadilan dalam perdagangan yang dapat merugikan masyarakat. Dan ini sesuai dengan konsep yang diperjelas oleh Ibnu Taimiyah dalam pernyataannya:

فإن كان أرباب الطعام يتعدون ويتجاوزون القيمة تعدياً فاحشاً وعجز
القاضي عن صيانة حقوق المسلمين إلا بالتسعير ، سعر حبيئذ بمشورة
أهل الرأي والبصيرة ، وإذا تعدى أحد بعد ما فعل ذلك أجبره
القاضي

Artinya: “Jika para penjual makanan secara berlebihan menaikkan harga secara signifikan dan hakim tidak dapat melindungi hak-hak umat Islam kecuali dengan menetapkan harga, maka hakim dapat menetapkan harga dengan berkonsultasi dengan orang-orang yang bijaksana. Dan jika seseorang melanggar setelah penetapan harga tersebut, maka hakim akan memaksanya.”

Ketika ditanya tentang konsep *Tsaman al-Misl*, Dinas Perdagangan menyatakan bahwa prinsip ini dapat diterapkan secara khusus pada barang-barang bersubsidi. Mereka mengakui bahwa dalam kondisi ideal, pemerintah seharusnya memiliki anggaran yang cukup untuk mensubsidi semua kebutuhan pokok agar harga tetap setara dan tidak membebani masyarakat. Dan konsep ini sama dengan konsep kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) dimana HET ditetapkan sebagai batas atas harga agar tidak terjadi lonjakan harga yang merugikan masyarakat. Namun, pengecer diperbolehkan menjual barang di bawah HET, asalkan tetap memperoleh keuntungan yang wajar. Ini mencerminkan bahwa meskipun terdapat regulasi, pasar tetap diberi ruang untuk bergerak secara adil sesuai mekanisme permintaan dan penawaran. Namun, karena keterbatasan anggaran, pemerintah hanya dapat mengendalikan harga untuk barang-barang tertentu yang dianggap vital bagi kestabilan ekonomi rakyat. Hal ini sejalan dengan gagasan Ibnu Taimiyah bahwa intervensi pemerintah dalam harga harus bersifat selektif dan dilakukan hanya dalam kondisi tertentu, terutama untuk melindungi kesejahteraan masyarakat kecil dari praktik perdagangan yang tidak adil.

Interpretasi kritis dari data menunjukkan bahwa meskipun mekanisme pasar di Banjarbaru umumnya berjalan sesuai dengan prinsip penawaran dan permintaan, terdapat celah-celah potensial yang dapat mengakibatkan ketidakadilan harga. Misalnya, praktik penyesuaian harga

yang dilakukan oleh beberapa pedagang masih sangat bergantung pada fluktuasi pasokan dan kondisi pasar tanpa disertai transparansi informasi yang memadai. Hal ini berpotensi menciptakan distorsi yang merugikan konsumen, terutama pada saat terjadi kondisi darurat atau kelangkaan barang. Intervensi pemerintah melalui kebijakan seperti Harga Eceran Tertinggi (HET) dinilai perlu untuk menstabilkan harga dan mencegah praktik monopoli.

Dampak temuan penelitian ini sangat signifikan, baik dari sisi teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa pemikiran Ibnu Taimiyah mengenai *Tsaman al-Misl* memiliki implikasi dengan praktik perdagangan di kota Banjarbaru, serta memberikan kontribusi dalam mengembangkan kerangka konseptual ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan transparansi. Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi dasar bagi pengambil kebijakan untuk menyusun strategi regulasi harga yang lebih adil, serta mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan transparansi dalam penetapan harga. Rekomendasi praktis yang muncul antara lain adalah pentingnya penyediaan sistem informasi harga secara *real-time*, peningkatan koordinasi antara pemerintah dan pelaku pasar melalui musyawarah bersama, serta edukasi berkelanjutan kepada pedagang dan konsumen mengenai prinsip keadilan dalam perdagangan.