BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai praktik *mark-up* harga oleh agen dalam akad *Wakalah bi al-Ujrah* di Kota Banjarmasin, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan produsen dan agen di Kota Banjarmasin didasarkan pada akad *Wakalah bil ujrah* yang mengedepankan prinsip amanah dan kepercayaan. Namun, praktik agen yang menaikkan harga secara sepihak tanpa izin produsen merupakan bentuk khianat dan mengandung unsur *Tadlis* (penipuan) terhadap konsumen. Secara hukum ekonomi syariah, tindakan yang melampaui batas mandat ini menyebabkan keuntungan yang diperoleh agen bersifat batil (tidak sah) karena tidak memenuhi asas *Antaradhin* (kerelaan) dari produsen selaku pemilik barang, sehingga akad tersebut dapat dinyatakan batal (*fasakh*).
2. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Praktik *Mark-up* Terjadinya penyimpangan harga ini dipicu oleh dua kategori faktor utama, yaitu: Faktor internal, meliputi persepsi agen bahwa upah (*ujrah*) resmi tidak mencukupi biaya operasional, adanya pola pikir keuntungan instan (jangka pendek), rendahnya pemahaman mengenai etika muamalah, serta penggunaan kontrak lisan/informal via WhatsApp yang membuat batasan wewenang agen menjadi longgar. Dan Faktor eksternal, mencakup pemanfaatan momentum pasar (seperti musim wisuda), adanya kesenjangan informasi di mana konsumen tidak mengetahui harga resmi, lemahnya pengawasan serta kontrol dari pihak produsen, dan adanya biaya distribusi tambahan di lapangan yang tidak terakomodasi dalam harga standar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Produsen (Muwakkil)
   a. Diharapkan produsen mulai beralih dari sekadar "kerjasama berbasis kepercayaan lisan" menuju perjanjian tertulis (kontrak) yang mencakup klausul harga, hak, dan kewajiban secara spesifik.
   b. Perlunya sistem pengawasan (*controlling*) yang lebih ketat, misalnya dengan mencantumkan harga resmi di label kemasan atau melakukan pengecekan berkala terhadap cara agen memasarkan produk di media sosial.
   c. Produsen harus memberikan edukasi kepada agen bahwa setiap biaya tambahan (seperti jasa antar) harus dikomunikasikan secara transparan sebagai *service fee*, bukan dengan menaikkan harga produk.
2. Bagi Agen (Wakil)
   a. Agen hendaknya menyadari kedudukannya sebagai pihak yang memegang amanah (*amin*). Keuntungan yang berkah dalam Islam diperoleh melalui kejujuran dan transparansi, bukan melalui manipulasi informasi harga yang mencederai konsumen dan produsen.
   b. Apabila agen merasa margin keuntungan yang ditetapkan produsen tidak mencukupi, agen sebaiknya melakukan renegosiasi akad secara formal daripada melakukan tindakan sepihak yang melanggar syariat.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini difokuskan pada praktik *mark-up* di dua jenis usaha. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian dengan variabel yang lebih kompleks, seperti pengaruh digitalisasi marketplace terhadap efektivitas pengawasan harga dalam akad wakalah.