

KONSEP HARGA JUAL KEJUJURAN: MERAHAI KEUNTUNGAN MENGGAPAI KEMASLAHATAN

Alimuddin¹⁾
Iwan Triyuwono²⁾
Gugus Irianto²⁾
Grahita Chandrarin³⁾

¹⁾Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar Sulawesi Selatan, ²⁾Universitas Brawijaya, ³⁾Universitas Merdeka Malang
E-mail: aan_alimuddin@yahoo.com

Abstract: Honesty Based Selling Price Concept: Achieving Gain to Reach Goodness. This article aims to reconstruct honesty-based selling price concept in Islam. The research involved owners and management of YDT, Kopontren DT in Bandung, Charni's Productions in Yogyakarta, as well as Kedai Assalamu'alaikum and Bismillah Restaurant in Malang. Analysis was conducted by using bayani, burhani and irfani epistemology. Honesty-based selling price concept could be classified as cost-plus pricing consistency, conditioned market mechanism, and balanced/equilibrium market mechanism according to bayani, burhani and irfani epistemology respectively. Generally, honesty-based selling price concept in Islam is consistency market mechanism which is the determination of price at the very beginning until the complete consumption of products.

Abstrak: Konsep Harga Jual Kejujuran: Meraih Keuntungan Menggapai Kemaslahatan. Makalah ini bertujuan menyusun konsep harga jual berbasis nilai kejujuran dalam Islam. Penelitian dilakukan pada pemilik dan manajemen YDT dan Kopontren DT di Bandung, Charni's Productions di Yogyakarta, serta Kedai Assalamu'alaikum dan rumah makan Bismillah di Malang. Analisis dilakukan dengan menggunakan epistemologi bayani, burhani, dan irfani. Konsep harga jual berbasis nilai kejujuran dapat diklasifikasikan menjadi *consistency cost-plus pricing*, mekanisme pasar bersyarat serta mekanisme pasar keseimbangan dari epistemologi bayani, burhani dan irfani. Secara umum konsep harga jual berbasis nilai kejujuran di dalam Islam adalah *consistency market mechanism*, yaitu suatu konsep penetapan harga jual secara konsisten melalui mekanisme pasar sejak dari awal penentuan harga nya hingga produk tersebut habis terjual.

Kata Kunci: *consistency cost-plus pricing*, mekanisme pasar keseimbangan, mekanisme pasar keseimbangan, *consistency market mechanism*.



Berlaku jujur dalam berbisnis merupakan dambaan setiap insan. Betapa tidak, jujur di dalam menghasilkan produk dan jujur di dalam menetapkan harga jual berarti mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran dan kemaslahatan umat manusia. Akan tetapi berbisnis untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan kebenaran dan kemaslahatan secara umum akan menjerumuskan diri sendiri ke dalam jurang kehancuran sekarang atau di masa yang akan datang. Berlaku dusta atas kandungan produk yang dihasilkan, bukan saja merugikan konsumen tetapi juga produsen atau penjual itu sendiri berupa tuntutan balik dari pelanggan yang dapat berujung pada kebangkrutan.

Di dalam bisnis, yang menjadi pembeda antara pebisnis sejati dengan pebisnis temporer terletak pada kejujurannya. Pebisnis sejati akan menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam pengelolaan usaha (Hendrikcks dan Ludeman 2003), sementara pebisnis temporer akan berusaha memaksimalkan keuntungan materinya walaupun harus melanggar etika dan norma yang berlaku di dalam masyarakat. Demikian juga halnya dengan menetapkan harga yang dilakukan beberapa kelompok penjual yang mempengaruhi harga sehingga naik-turunnya harga dikendalikan oleh mereka merupakan perbuatan yang melanggar etika bisnis (misalnya etika deontologi dan etika teologis Islam). Demikian juga halnya dengan merubah harga jual yang telah ditetapkan, hal nya karena alasan produknya sangat dibutuhkan merupakan perbuatan yang egois dan materialis.

Untuk memahami makna yang terkandung dalam nilai ke-

jujuran dalam penetapan harga jual maka pembahasan dimulai dengan menyelami konsep kejujuran menurut ajaran Islam yang menjadi dasar melakukan aktivitas bisnis. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan tentang konsep penetapan harga jual berbasis nilai kejujuran yang Islami dengan terlebih dahulu dianalisis konsep kejujuran dalam menetapkan keuntungan dan perubahan harga. Diakhiri dengan kemaslahatan yang dapat digapai melalui harga jual kejujuran.

METODE

Dalam sejarah perkembangan ilmu pengetahuan, dunia Islam telah mengembangkan tiga jenis epistemologi dalam mengkonstruksi ilmu pengetahuan. Ketiga epistemologi tersebut menurut Muhammad Abid al-Jabiry adalah epistemologi *bayani*, epistemologi *burhani*, dan epistemologi *irfani* (Abdullah 2007:11-24). Ketiga epistemologi ini telah berhasil melahirkan capaian pengetahuan yang luar biasa dalam dunia Islam hanya saja akhir-akhir ini ketiga epistemologi ini banyak ditinggalkan seiring dengan perkembangan epistemologi Barat.

Dalam epistemologi *bayani*, suatu metode berfikir yang didasarkan pada teks (*nash*) dari wahyu. Teks suci menurut epistemologi ini dianggap mempunyai otoritas penuh untuk memberikan arah dan arti terhadap kebenaran. akal tidak diberi kebebasan untuk menentukan makna dan maksud dari teks tetapi ia harus tetap bersandar pada teks aslinya (Sumarna 2005: 160). Akibatnya, Dominasi pola pikir semacam ini dan bersifat hegemonik, sehingga kurang begitu peduli terhadap isu-isu keagamaan yang bersifat kontekstual dan pengalaman

Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,
Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan

yang dirasakan dan dihayati.

Sebaliknya epistemologi *burhani* yang diperkenalkan oleh Ibn Rusyd menganggap sumber ilmu pengetahuan bersumber pada realitas atau *al-waqi'*, baik realitas alam, sosial, humanitas maupun keagamaan. Ilmu-ilmu disusun dan disistematisasikan lewat premis-premis logika atau *al-mantiq*, dan bukannya lewat otoritas teks atau salaf dan bukan pula lewat otoritas intuisi (Arif 2008:67). Dengan demikian, prinsip yang mendasar dari epistemologi *burhani* adalah rasionalitas, kausalitas, dan esensialisme yang dikembangkan lewat metode utama deduksi dan induksi. Model pendekatan epistemologi ini mendasarkan pada kemampuan rasio atau akal yang dilakukan lewat dalil-dalil logika, artinya keruntutan logika sebagai epistemologi utamanya (Sumarna 2005:160, Arif 2008: 67). Peran akal pikiran sangat menentukan dalam menyusun atau merumuskan epistemologi sebab-akibat sebagai landasan kebenarannya (Abdullah 2007: 22).

Sementara epistemologi *irfani* tidak puas hanya berhenti pada pengetahuan tentang hal-hal fenomenal (lahiriah-ekso teris), tetapi mengembangkan terus cara mendapatkan ilmu hingga sampai pada pengetahuan tentang hal-hal *noumenal* (batiniyah-esoteris) yang bermuara akhirnya di luar jangkauan indera dan akal manusia (Arif, 2008: 61). Jadi Epistemologi *irfani* lebih bersumber pada intuisi dan bukannya teks maupun logika. Sumber terpokok ilmu pengetahuan dalam tradisi berpikir *irfani* adalah pengalaman langsung (*direct experience*) atas realitas spiritual keagamaan (Sumarna, 2005: 160 dan 2006: 22). Dalam pandangan ini, pengalaman hidup

sehari-hari yang otentik, seungguhnya merupakan pelajaran yang tak ternilai harganya. Pengalaman otentik ini dapat "dirasakan dan dihayati" secara langsung oleh setiap umat manusia apapun agama, bangsa, warna kulit, ras, dan budaya yang diyakininya, tanpa harus menunggu turunnya teks (bahasa) atau logika karena tanda-tanda dari alam tersebut merupakan juga wahyu¹. Dengan demikian validitas kebenaran epistemologi *irfani* hanya dapat dirasakan dan dihayati secara langsung, intuisi, atau psikognosis. Oleh karena itu, sasaran bidik epistemologi ini adalah bersifat esoterik atau apa yang ada di balik teks (Sumarna 2005: 160). Pemanfaatan rasio hanya untuk menjelaskan pengalaman spiritual yang dirasakan (Abdullah 2004: ix).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Barang siapa berbisnis dengan kejujuran maka dia akan memenangkan persaingan. Hasil survei James Mc. Kouzes dan Barry Z. Postner tahun 1997 dan 1993 menunjukkan bahwa karakter kejujuran merupakan peringkat pertama seorang CEO untuk meraih keberhasilan (Agustian 2004:77). Demikian juga keberhasilan para mistikus korporat menempatkan kejujuran sebagai rahasia pertama meraih sukses (Hendrikcks dan Ludeman 2003: 2). Hal ini mereka pegang karena pada dasarnya tidak ada seorang pun yang senang didustai, apalagi menghabiskan waktu dan tenaganya untuk menganalisis jujur tidaknya perkataan dan perilaku orang.

Kejujuran menjadi dambaan setiap pelaku bisnis karena kejujuran mampu memunculkan 1 QS. Qaaf [50]: 6-8.

kan kemampuan terbaik setiap orang sehingga bukan saja sebagai konsep yang mulia, melainkan juga sebagai alat untuk mencapai sukses pribadi dan sukses perusahaan. Jujur merupakan fitrah manusia dan tidak perlu dipelajari, cukup dilakukan apa adanya. Bob Galvin, mantan Direktur Motorola, mengatakan “cara termudah dalam melakukan segala hal adalah dengan bersikap jujur” (Hendricks dan Ludeman 2003: 4).

Seorang produsen memiliki kewenangan untuk menghasilkan produk sesuai dengan kemampuannya dan memodifikasi suatu produk generik sehingga kelihatan menarik. Dia memiliki hak otonom untuk mengatakan baik-buruknya produk yang dihasilkan, jika dia mengungkapkan kemanfaatan dan kelemahan yang melekat pada produk tersebut sebagai panggilan moral, maka menurut pandangan Fuller (1994), produsen tersebut berlaku jujur. Akan tetapi, jika dia hanya menonjolkan aspek kemanfaatannya atau estetikanya saja, maka perilaku produsen tersebut dianggap tidak jujur.

Keberpihakan produsen pada keinginannya menyebabkan proses produksi yang menguntungkan dirinya sendiri dibandingkan menyelesaikan pekerjaan sesuai kesepakatan yang mereka buat merupakan sifat ketidakjujuran. Sebaliknya, menyelesaikan produk yang meskipun menderita kerugian tetapi menjalankan otentivitas kesepakatan yang telah dibuat merupakan perbuatan jujur.

Beratnya beragam masalah dalam kehidupan yang harus dihadapi turut mendorong orang untuk memilih dusta daripada jujur. Kasus pemakaian bo-

raks secara tersembunyi yang dicampurkan ke dalam bahan makanan agar makanan lebih tahan lama akan tetapi merusak tubuh manusia, pencampuran bahan makanan yang relatif rendah kualitasnya dengan yang relatif tinggi kualitasnya, menyuntik air pada ayam yang sudah disembelih agar menambah berat badannya, dalam dunia intelektual dijumpai pemasukan nama-nama tim ahli untuk mengerjakan suatu kegiatan/proyek tetapi dalam pelaksanaannya tidak semua tenaga ahli tersebut digunakan, dan masih banyak lagi kasus-kasus ketidakjujuran dalam berbisnis. Tujuan utamanya adalah untuk menekan biaya operasional demi untuk meningkatkan keuntungan materi.

Keuntungan menjadi stigma keberhasilan dalam berbisnis walaupun itu dilakukan dengan cara-cara yang tidak etis/dusta. Bagi mereka, berdusta bisa mempermudah jalan untuk mendapatkan keinginan dan cara cerdas meraih tujuan, yaitu keuntungan materi. Sebaliknya, mereka menganggap kejujuran sebagai kerugian dan kemalangan yang sering berujung pada kegagalan (Badri 2008:101).

Akibatnya, hari ini dia menipu, besok dia lagi yang tertipu² sehingga yang dipelajari dalam berbisnis bukan hanya bagaimana berbisnis tetapi juga bagaimana menipu sesama yang semestinya tidak perlu menghabiskan waktu yang tidak berguna untuk mempelajari dan mempraktikkannya³.

2 Dalam kondisi yang demikian, hukum ketertarikan (*law of attraction*) dalam ilmu fisika akan bekerja, dimana energi negatif yang dipancarkan akan menerima balik energi negatif yang sama bahkan bisa melibhinya.

3 Fitrahnya sebagai manusia yang bersih

**Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,**
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

Konsekuensinya adalah akan menambah biaya operasi perusahaan. Dampak dari perbuatan ini, menyebabkan hukum ketertarikan alam akan bekerja secara otomatis yang menyebabkan bukan hanya pelaku tetapi juga masyarakat di sekitarnya akan menderita kerugian yang bisa berupa kegagalan dalam berusaha dan mahal biaya hidup⁴. Dengan demikian, sifat egois yang materialis akan berdampak buruk bagi kondisi perekonomian suatu daerah atau bangsa.

Berbeda halnya dengan praktik yang diterapkan oleh tiga pengusaha muslim dan muslimah, yaitu Pak Anwar di Yogyakarta, Bu Umi dan Bu Sum di Malang. Bagi Pak Anwar, panggilan akrab Anwar Wahyudi, Pemilik Charni's Productions, Yogyakarta, kejujuran dalam berbisnis akan meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Selanjutnya dia mengatakan:

Kami senantiasa memeriksa setiap produk yang kami hasilkan sebelum diserahkan ke Pembeli. Jika ada yang rusak tidak akan diserahkan tetapi kalau hanya cacat sedikit, kami sampaikan kepada pembeli/pemesan - tentunya dengan harga *discount*. Apabila mereka setuju, barulah kami jual. Memang cara ini mengurangi keuntungan bahkan terkadang rugi tetapi tidak mengapa karena disamping kami bekerja lebih hati-hati dan kelak akan menghasilkan produk yang lebih sempurna, juga yang tak kalah pentingnya kami sudah menjalankan perintah Allah.

bagaikan kapas dikotori oleh sesuatu yang tidak perlu dan tidak bermanfaat.

4 HR Ibnu Majah, al-Hakim, dan al-Baihaqi.

Lain pula halnya dengan Bu Umi, pemilik Kedai Assalamu'alaikum di Malang yang sangat menjunjung tinggi hegenitas (kebersihan) dan kualitas produk yang dihasilkan. Berikut ini praktik kejujuran yang dia terapkan:

Kalau ada bahan yang rusak, misalnya ayam yang tidak segar jelas kami tidak akan mengolahnya, meskipun bisa dimanipulasi sehingga kelihatan layak untuk di konsumsi. Demikian juga, jika karena kelalaian dalam memasak sehingga ada produk yang rusak, pasti kami tidak hidangkan ke pelanggan. Kami hanya menjual makanan yang hegenis dan baik.

Sementara Bu Sum, pemilik rumah makan Bismillah lebih mengandalkan keterbukaan informasi dan penyesuaian volume sajian makanan. Selanjutnya dia menuturkan pengalamannya dalam berjualan:

Biasanya ada ikan yang kami beli dari penjual kualitasnya baik tetapi setelah diolah ternyata sudah tua - kalau dimakan gatal-gatal mulut, tetapi kami tetap mengolahnya dan menyajikannya dengan terlebih dahulu menyampaikan kondisi ikan tersebut. Jika pembeli mau, kami sajikan. Kebiasaan lainnya, kami membeli ikan tuna yang sudah dipotong-potong tetapi terkadang penjualnya salah motong sehingga ukurannya tidak sama. Pada waktu kami menjual, yang ukurannya agak kecil, kami lebihkan jumlah potongannya tetapi dengan harga yang sama.

Ketiga pengusaha ini memperlihatkan pentingnya mempraktikkan nilai kejujuran dalam berbisnis agar bisa bertahan dan berkembang, sebagaimana Nabi Muhammad menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam berbisnis yang menyebabkan beliau berhasil meraih keuntungan yang sangat besar yang tidak pernah dicapai oleh pedagang siapa pun sebelumnya (Afzalurrahman 2000:10). Nilai kejujuran yang diterapkan mendorong transparansi terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Akibatnya, pengusaha akan bekerja sesuai standar yang dipersyaratkan dan tidak perlu ada pengawasan karena pengawasan sudah melekat pada dirinya. Akibat selanjutnya adalah dia mampu menekan biaya sehingga keuntungan bisa meningkat. Kejujuran yang diterapkan para pengusaha seperti ini sejalan dengan pendapat Fuller (1994), bahwa kejujuran bukan hanya aspek estetis tetapi juga aspek moral.

Menurut al-Mishri (2008:24-8), bahwa pada dasarnya ada tiga jenis kejujuran yang dapat digunakan di dalam berusaha agar terjadi kemaslahatan baik pada diri pedagang maupun lingkungannya, yaitu kejujuran berniat, kejujuran lahiriah, serta kejujuran batiniah. Kejujuran di dalam berniat merupakan komitmen kepada Sang Pencipta untuk melaksanakan sesuatu sesuai dengan yang telah dicita-citakan. Seorang pengusaha yang telah berniat untuk menetapkan komposisi penggunaan bahan atas produk yang akan dihasilkannya akan berusaha dengan sekuat tenaga untuk memenuhi komposisi yang telah ditetapkan. Demikian juga dengan penetapan harga jual yang telah diniatkan

akan tetap dipertahankan harga jualnya agar tercipta kepastian dalam berusaha. Niat ini merupakan salah satu pembeda dalam berusaha antara pengusaha konvensional dengan pengusaha muslim. Niat dalam pandangan Islam merupakan janji, bukan hanya kepada konsumen tetapi yang lebih penting kepada Sang Pemberi Rezeki. Niat ini juga menyadarkan kepada yang melakukannya bahwa segala aktivitasnya bukan hanya untuk mengejar kekayaan dunia (profan) tetapi juga kemaslahatan di akhirat kelak.

Sementara implementasi kejujuran lahiriah di dalam berbisnis mengandung makna, bahwa pengusaha akan memenuhi ketentuan yang telah disepakati, misalnya penyelesaian suatu pekerjaan merupakan pegangan awal untuk menguji kejujuran kelak (Fuller 1994 dan Bewes 2000). Apabila pekerjaan tersebut dapat diselesaikan lebih awal atau tepat waktu maka pekerja tersebut mendapat predikat jujur. Tetapi apabila yang terjadi sebaliknya, maka dia akan mendapat predikat pendusta.

Dalam pandangan Anwar, mengemukakan:

kejujuran menjadi syarat utama dalam menjalankan bisnis yang baik. Apabila kami menerima pesanan dan sudah disetujui kualitas dan harganya maka apapun yang terjadi pesanan tersebut harus dipenuhi baik kualitas maupun waktu penyelesaiannya meskipun harga bahan baku naik yang bisa menyebabkan kerugian. Itulah risiko yang harus kami tanggung. Tetapi kalau bahan bakunya sudah tidak ada dipasaran, kami konsultasikan dengan pemberi kerja, kami

**Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,**
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

tidak akan mengerjakannya jika tidak mendapatkan persetujuan dengan pemberi kerja meskipun harga bahan bakunya sama atau bahkan lebih tinggi. . . Kami juga akan memutuskan hubungan kerja dengan karyawan, pekerja borongan [*out sourcing*], dan pemasok apabila tidak memenuhi ketentuan yang telah disepakati . . . dengan cara ini, hidup menjadi tenang dan semua bekerja sesuai kesepakatan. Tidak perlu banyak pengawasan yang akhirnya juga menimbulkan kebocoran

Hasil pengamatan peneliti, Anwar hanya menggunakan HP dari jarak jauh untuk membuat kesepakatan atas pesanan yang diterima dan kesepakatan dengan pekerja dan pemasok. Hasilnya sesuai dengan rencana. Hal ini terjadi karena sudah terjalin baik kepercayaan yang telah dibangun beberapa tahun sebelumnya. Disamping itu, kejujuran menjadi prioritas utama untuk memenuhi pesanan yang telah disepakati, walaupun bisa saja terjadi kerugian akibat lebih besarnya biaya yang dikeluarkan atau harga pokok dari harga jualnya. Dampak dari penerapan nilai kejujuran ini tercipta menghematan waktu, tenaga, dan biaya; hidup lebih tenang; dan semua pihak yang terlibat dalam bisnis merasa senang.

Di dalam konsep kejujuran lahiriah ini mengandung juga makna, bahwa seorang produsen tidak dapat menaikkan harga jual yang telah dia tetapkan meskipun harga di pasaran sudah mengalami kenaikan. Apabila pengusaha mengikuti kenaikan harga jual yang terjadi di pasaran berarti dia telah melakukan pengingkaran

atas niat yang telah dia ikrarkan dan itu berarti melakukan ketidakjujuran di dalam penetapan harga. Sementara menurut Samdin (2007:112-3), apabila penjual mengatakan kerugian atas tawaran pembeli (yang sebenarnya sudah ada keuntungan di dalamnya) dan penjual tetap menjualnya pada harga penawaran pembeli tersebut atau menaikkan sedikit di atas penawaran tersebut, maka penetapan harga jual yang demikian mengandung unsur ketidakjujuran.

Kejujuran yang dikemukakan di atas dan ketidakjujuran yang dijelaskan Samdin hanya di ketahui oleh penjual dan Yang Maha Mengetahui. Di pihak lain, pembeli tidak mengetahui adanya unsur ketidakjujuran. Ketidakjujuran pertama (menaikkan harga mengikuti harga pasar) merupakan pengingkaran hakikat niat yang telah diikrarkan sementara ketidakjujuran yang kedua (mengatakan rugi) adalah ketidakjujuran dalam bertutur kata yang semuanya tidak dibenarkan di dalam ajaran Islam. Ketidakjujuran ini sering dilakukan penjual hanya untuk mendapatkan keuntungan materi.

Kisah Yunus bin Ubaid (di sajikan pada catatan kaki 8) menunjukkan bahwa meskipun penjualnya (pramuniaga) telah melakukan penetapan harga jual melebihi ketentuan yang telah Yunus tetapkan dan pembeli menyetujui harga tersebut tetapi Yunus tidak menyetujui penjualan tersebut terjadi karena tidak mau melakukan pengingkaran terhadap niatnya (Qardhawi 2000:181). Bahkan, dalam pengalaman bisnis Pak Anwar seperti diungkapkan sebelumnya, tidak bersedia melakukan penyesuaian harga jual yang telah disepakati den-

gan pembeli meskipun biaya produksi barang yang dipesan sudah mengalami kenaikan.

Dari pemahaman konsep kejujuran lahiriah ini dan menyimak pengalaman bisnis dua orang pengusaha muslim dapat disimpulkan bahwa tidak ada penyesuaian kenaikan harga jual atas produk yang telah ditetapkan harga jualnya meskipun harga di pasaran telah mengalami kenaikan. Hanya saja untuk menghindari kerugian yang akan menimpa penjual akibat kenaikan biaya masukan, maka harga jual dapat dinaikkan. Dan untuk menghindari kesalahpahaman dengan pembeli, maka penjual harus menjelaskan alasan perubahan harga tersebut. Dengan demikian, akan tercipta kejelasan dan kepastian harga jual, baik untuk penjual maupun pembeli - sesuatu yang menjadi kebutuhan dan dambaan pebisnis agar bisa berhasil dalam menjalankan aktivitasnya.

Sedangkan implementasi kejujuran batiniah di dalam berbisnis menjadikan Tuhan sebagai pelanggan utama yang harus dipenuhi dan bukan pemimpin/pemilik perusahaan atau pelanggan manusia yang harus dipatuhi. Menghasilkan dan menjual narkoba dan minuman keras merupakan perbuatan baik bagi sebagian perusahaan karena dapat meningkatkan pendapatan dan perbuatan baik bagi sebagian pelanggan karena bisa memenuhi keinginannya. Tetapi perbuatan ini bertentangan dengan kemauan Tuhan (batin) sehingga secara batiniah dianggap tidak jujur.

Demikian juga halnya, perusahaan yang mengajukan proposal biaya, keuntungan, dan tenaga kerja untuk mengerjakan suatu proyek dan dise-tujui oleh pemberi kerja serta

diselesaikan tepat pada waktunya. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, perusahaan tersebut menggunakan tenaga kerja yang lebih rendah kualitasnya (berarti upahnya juga rendah) dan melakukan penghematan biaya lainnya tetapi tetap menagih sesuai jumlah biaya dan keuntungan di dalam proposal, maka perbuatan ini dianggap tidak jujur karena dia melanggar proposal yang telah mereka sepakati. Walaupun perbuatannya ini hanya dia dan Allah Swt yang mengetahuinya dan tidak ada masalah dengan pemberi kerja tetapi tetap dianggap tidak jujur dengan batinnya. Perbuatan ini akan dianggap jujur jika perusahaan ini membuat kesepakatan baru tentang penggunaan tenaga kerja dan mengembalikan kelebihan biaya kepada pemberi kerja. Dengan demikian, dia hanya berhak menerima keuntungan sesuai yang tertera dalam perjanjian/ proposal yang telah dirubah.

Seseorang yang bekerja dengan tingkat kejujuran seperti ini bukan hanya memperoleh hasil sesuai dengan perjanjian dengan mitra bisnis tetapi juga mendapatkan hasil yang tak terhingga nilainya sekarang dan di masa yang akan datang baik semasa hidupnya maupun di akhirat kelak. Keuntungan yang dirasakan di dunia adalah dia semakin dipercaya oleh mitra kerja dan menjadi *personal guaranty* (Gymnastiar 2006: 88). Sedangkan keuntungan yang akan didapatkan di akhirat kelak yang nilainya tidak mampu dibayangkan, bagaikan angka quantum yang dikalikan dengan kebajikan (Sentanu 2008:13) yang melipatgandakan hasil dengan angka yang tak terhingga nilainya (Agustian 2004:128-140), hanya Tuhan-

Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

lah yang mengetahuinya.

Dari uraian tersebut di atas, makna tekstual (*bayani*) dari kejujuran adalah satunya kata/niat dengan perbuatan. Jika suatu perkataan atau janji telah dilaksanakan sesuai kesepakatan (niat) maka perbuatan tersebut sebagai wujud kejujuran, tetapi jika sebaliknya yang terjadi maka perbuatan dianggap tidak jujur. Kesepakatan kontrak yang paling tinggi dalam pandang Islam adalah kontrak (niat) kepada Allah. Sementara makna kejujuran dalam perspektif *burhani* adalah satunya niat/kata dengan perbuatan tetapi dengan tetap memperhatikan kemaslahatan diri dan umat manusia yang terkena dampak langsung dari perbuatan tersebut. Sedangkan dalam perspektif *irfani*, kejujuran adalah perbuatan yang sesuai dengan kata hati (tuntunan Allah). Apabila suatu pekerjaan diselesaikan sesuai dengan spesifikasi dan tepat waktu tetapi perasaan terganggu (tidak enak), maka sebenarnya pelaksanaan pekerjaan tersebut terdapat unsur ketidakjujuran di dalamnya.

Kejujuran dalam perspektif *irfani* seperti ini tidak hanya dilandasi niat/kata dengan perbuatan tetapi juga kemaslahatan umat, seperti yang dicontohkan oleh Watsilah Idnu Aqsa⁵

5 dikisahkan seorang penjual yang tidak rela menjual barang dagangannya sebelum dia menjelaskan spesifikasinya kepada calon pembeli. Abu Siba⁷ mengisahkan pengalamannya membeli unta: "Saya membeli unta dari rumah Watsilah Ibnu Aqsa". Ketika keluar dari rumahnya, dia mengejar saya dengan menyeret sarungnya dan bertanya, 'sudah kamu beli?' jawabku, 'sudah'. Katanya, 'saya akan menerangkan cacat unta ini'. Kataku, 'apa cacatnya? bukankah unta ini gemuk dan terlihat sehat?' Ia bertanya, 'kamu ingin unta ini untuk dendarai atau di makan dagingnya?' kataku, 'untuk pergi haji dengan mengendarai unta

yang tidak rela menjual unta nya kepada pembeli tanpa mengetahui tujuan pembeli membeli unta tersebut. Meskipun unta gemuk dan kelihatan sehat serta disenangi pembeli tetapi karena peruntukannya yang tidak sesuai dengan kemampuan unta tersebut sehingga penjualan dibatalkan. Ini berarti bahwa kejujuran yang diterapkan oleh penjual bukan hanya didasari oleh kejujuran lahiriah tetapi juga kejujuran batiniah dengan membatalkan penjualan demi kemaslahatan pembeli.

Pembahasan

Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa tidak ada aturan baku dalam ajaran Islam tentang besarnya keuntungan dalam setiap melakukan transaksi bisnis. Penetapan harga jual yang dilakukan para sahabat Rasulullah saw, ada yang mendapatkan keuntungan kecil tetapi ada juga yang memperoleh keuntungan besar (100% dari harga pokok), tetapi tidak dipersoalkan oleh beliau sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran agama. Memang, *Nash* dalam al-Quran dan as-Sunnah hanya mengatur ketentuan umum tanpa adanya rincian penerapannya. Akibatnya, interpretasi atas makna yang terkandung dalam *nash* tersebut menjadi sangat penting agar bisa dioperasionalkan dalam kehidupan umat manusia. Karena aktivitas perdagangan, dalam hal ini penetapan ini'. Katanya, 'kembalikan saja unta itu'. Si pemilik dan penjual unta itu berkata: 'apa yang kamu kehendaki, semoga Allah meluruskan kamu, apakah kamu ingin menggagalkan penjualan saya?' Watsilah berkata 'saya mendengar Rasulullah bersabda, 'tidak boleh seorang menjual sesuatu kecuali ia menerangkan apa yang ada dalam barang itu dan orang yang mengetahui cacat barang itu harus menyampaikannya'" (HR. Muslim dan Tirmidzi dari Abu Hurairah).

harga jual adalah masuk dalam aktivitas *muamalah*, maka urusan ini diserahkan kepada umat manusia untuk mengaturnya, sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran agama. Dengan demikian, penentuan besarnya harga jual produk adalah kewenangan manusia.

Penentuan besarnya tingkat keuntungan menjadi perdebatan panjang yang tidak ada hentinya. Ada perusahaan yang menetapkan tingkat keuntungan yang besar tetapi produknya laris terjual, sementara perusahaan lain tidak laku produknya. Demikian juga, perusahaan menetapkan tingkat keuntungan yang relatif rendah tetapi tidak ada pembelinya, sementara yang perusahaan yang lain banyak pembelinya. Tidak ada rumus yang baku untuk menentukan besarnya keuntungan atas setiap produk.

Meskipun demikian, al-Ghazali menyarankan kepada setiap penjual agar tidak menetapkan tingkat keuntungan yang terlalu besar, sebaiknya antara 5% sampai 10% dari harga belinya. Barang siapa yang puas dengan keuntungan yang kecil niscaya banyak pembelinya, sehingga akhirnya ia mendapatkan untung yang besar dan mendapat berkah (Qardhawi 2000: 182). Sementara menurut Ayub, meskipun tidak ada kesepakatan besarnya keuntungan dalam perdagangan namun dapat disimpulkan dari beberapa tulisan bahwa tingkat keuntungan untuk barang dagangan sebesar 5%, 10% untuk binatang, dan 20% untuk properti (2009:219). Selanjutnya, Ghaban al-Fahisy menyatakan, syariah tidak membolehkan pengambilan keuntungan yang berlebihan dengan memanfaatkan ketidaktahuan pembeli. Jika pembeli kemudian ke-

beratan, maka transaksi tersebut batal dan pembeli berhak mendapatkan kembali uangnya (Ayub 2009: 219).

Berkaitan dengan besarnya keuntungan, Abdurrahman bin Auf memiliki pengalaman tersendiri untuk mendapatkan rezeki. Menurutnyanya, ada tiga hal yang menyebabkan dia berhasil mendapatkan keuntungan, yaitu dia tidak pernah membatalkan penjualan; jika ada pembeli yang menginginkan binatang yang dia jual, dia segera menjualnya tanpa menunda; dan tidak menjual dengan harga berlipat. Menurut riwayat, ia menjual 1.000 ekor unta, namun ia tidak mendapatkan untung sedikit pun kecuali dari talinya. Ia menjual tali ikatan unta seharga 1 dirham, maka total keuntungannya sebesar 1.000 dirham. Selain itu, ia mendapat untung dari memberi nafkah kepada binatang sebesar 1.000 dirham sehari. Demikian al-Ghazali dalam kitabnya *Ihya Ulumuddin* (Qardhawi 2000: 182).

Nabi Muhammad sendiri tidak pernah membatasi besarnya keuntungan yang diperbolehkan kepada setiap penjual. Hal ini dapat dilihat dari dua pengalaman berikut ini. *Pertama*, Nabi Muhammad saw tidak keberatan keuntungan pedagang mencapai 100%, bahkan beliau memujinya⁶ dan *kedua*, sebagai kepala pemerin-

6 Nabi Muhammad saw menyuruh salah satu sahabatnya, yaitu Urwah untuk membelikannya seekor kambing dan memberinya uang satu dinar. Urwah pergi ke pasar dan membeli dua ekor kambing dari uang satu dinar tersebut, kemudian menjual salah satunya di pasar dengan harga satu dinar dan menyerahkan satu ekor kambing lainnya ke Nabi bersama uang satu dinar. Pada waktu menerima kambing dan uang tersebut, Nabi sangat senang dengan kejujuran dan keahlian Urwah sehingga dia berdoa agar perdagangan serta bisnisnya terus meningkat (HR. Abu Daud).

**Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,**
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

tahan, Nabi Muhammad tidak mau mencampuri harga yang terjadi di pasaran sepanjang terjadi secara normal⁷.

Dari berbagai pendapat dan kisah tersebut di atas, memperlihatkan bahwa ada pengusaha yang berjualan dengan keuntungan yang sangat rendah, tetapi ada juga yang menghasilkan keuntungan yang relatif besar. Kedua cara penetapan keuntungan tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam, sehingga dapat disimpulkan bahwa di dalam ajaran Islam tidak memiliki aturan baku tentang besarnya keuntungan. Ini berarti tingkat keuntungan di serahkan kepada penjual.

Seperti dijelaskan pada kejujuran dalam berniat di atas bahwa, seseorang yang telah berniat tidak akan bisa merubahnya kecuali terjadi kesalahan pada waktu mengikrarkannya karena niat merupakan janji, bukan hanya kepada pelanggan tetapi yang lebih penting kepada Sang Pemberi Rezeki. Ini juga menyadarkan kepada yang berniat bahwa segala aktivitasnya berdimensi dua, yaitu mengejar kekayaan dunia (profan) dan juga untuk mencapai kemaslahatan di akhirat nanti.

Berkaitan dengan perubahan harga jual dalam perspektif nilai kejujuran Islami mengisyaratkan bahwa, harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual tidak boleh direvisi penjual dengan menaikkan harganya.

⁷ Diriwayatkan, pada masa Rasulullah sebagai kepala pemerintahan, terjadi kenaikan harga yang relatif tinggi sehingga sebagian masyarakat pada masa itu meminta fatwah dari Nabi Muhammad untuk menetapkan harga. Tetapi beliau menolak dan berkata: "Allah mengakui adanya kelebihan dan kekurangan; Ia membuat harga berubah dan menjadi harga sebenarnya. Saya berdoa agar Allah tidak membiarkan ketidakadilan atas seseorang dalam darah atau hak milik" (HR. Abu Dawud dan Tirmizi).

Dalam bisnis konvensional, revisi harga ini bisa terjadi, jika dalam keadaan normal terjadi kelebihan permintaan atas penawaran, penjual sengaja menahan barang agar penawaran berkurang, dan terjadi permintaan yang tiba-tiba meningkat, misalnya terjadi bencana, hari raya keagamaan, dan atau tahun ajaran baru. Sementara dalam pandangan nilai kejujuran Islami, jika terjadi kondisi demikian, meskipun pembeli bersedia (*ridha*) menerima perubahan harga tetapi penjual tidak diperkenankan untuk menaikkan harga karena penjualan semacam ini telah melanggar niat yang telah dikrarkannya. Hal ini pernah terjadi pada Yunus bin Ubaid yang tidak bersedia menjual produknya di atas harga jual yang telah ia tetapkan, meskipun pembeli setuju (*ridha*) terhadap harga tersebut⁸.

⁸ Dikisahkan bahwa Yunus bin Ubaid menjual berbagai macam pakaian. Ada jenis pakaian yang berharga 400 dirham dan ada juga yang berharga 200 dirham. Ketika akan pergi ke masjid untuk shalat, Yunus meminta anak pamannya untuk menjaga tokonya. Pada saat tokonya dititipkan itu, datang seorang Badui yang ingin membeli pakaian. Oleh anak tersebut, ditunjukkan pakaian yang berharga 200 dirham, yang ternyata diminati oleh pembeli sehingga ia pun membayar dan pergi. Di tengah perjalanan, ia bertemu dengan Yunus. Yunus mengetahui persis bahwa pakaian yang dipegang oleh Badui tersebut adalah jenis pakaian yang di jual di tokonya. Ia pun bertanya, berapa kamu belikan? Badui menjawab 400 dirham. Kata Yunus, 'harga pakaian ini tidak lebih dari 200 dirham. Mari kembali ke toko dan ku kembalikan kelebihan uangmu'. Badui pun berkomentar 'di kampung kami harga pakaian semacam ini 500 dirham dan saya sudah rela dengan harga 400 dirham'. Yunus berkata, 'mari kembali ! kejujuran lebih baik daripada dunia dan segala isinya'. Lalu mereka kembali ke toko dan Yunus mengembalikan uang sejumlah 200 dirham kepadanya. Adapun anak tersebut dimarahi dan dinasihati oleh Yunus. Ia berkata, 'tidakkah kamu malu

Dalam konteks kejujuran Islami, harga yang telah ditetapkan sebelumnya tidak bisa dinaikkan dengan alasan kenaikan permintaan. Begitu harga sudah ditetapkan, walaupun apa yang terjadi termasuk akan meningkatkan keuntungan materi, harga jual tetap dan tidak boleh dinaikkan. Hal ini sejalan dengan kejujuran lahiriah, yaitu satunya niat/perkataan dengan perbuatan. Dengan demikian, hukum permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga tidak sepenuhnya berlaku, khususnya jika jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran yang akan berdampak pada kenaikan harga jual.

Demikian juga halnya dengan seorang pedagang muslim yang memiliki persediaan produk tidak diperkenankan untuk menaikkan harga jual produknya dengan alasan terjadi kenaikan permintaan atau kenaikan harga pesaing atau akibat kebijakan pemerintah. Kenaikan harga jual diperkenankan jika produk yang diproduksi mengalami kenaikan biaya masukan. Tidak boleh mendapatkan kenaikan keuntungan dari *stock* barang atau penimbunan barang. Harga jual untuk barang tersebut harus sesuai dengan harga pada waktu ditetapkan sebelumnya (kejujuran lahiriah).

Sebagaimana niat dalam beribadah, hanya bisa dirubah selama proses aktivitas berlangsung jika ada kesalahan yang tidak disadari pada saat pengikrarnya. Akibatnya,

dan takut kepada Allah? Kamu untung sebanyak harga barang tetapi meninggalkan kejujuran untuk kaum muslimin'. Anak itu berkata, 'demi Allah ! ia rela dengan harga itu'. Jawab Yunus, 'apakah kamu rela atasnya sebagaimana kamu rela atas dirimu'. (Qardhawi 2000: 181).

niat yang sudah diikrarkan tersebut memungkinkan untuk dirubah sebelum selesainya aktivitas (al-hadits). Dengan mengacu pada hadits tersebut, maka perubahan/kenaikan harga jual yang memiliki harga pokok yang sama tidak dibenarkan dengan pertimbangan bahwa, harga tersebut sudah ditetapkan melalui perhitungan yang matang dan kesadaran yang tinggi, sehingga tidak ada alasan untuk merubahnya, meskipun perubahan itu akan meningkatkan keuntungan materi pengusaha.

Dari penjelasan keuntungan dan perubahan harga tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa menurut analisis *bayani* penentuan besarnya keuntungan berbasis nilai kejujuran tidak ada aturan bakunya, tergantung keputusan penjual. Namun demikian, tidak berarti penjual bebas menaikkan besarnya keuntungan, khususnya jika terjadi kenaikan permintaan. Besarnya keuntungan yang telah ditetapkan atas suatu produk tertentu tidak dapat dirubah tanpa ada perubahan besarnya biaya.

Sementara dalam pemahaman secara kontekstual (*burhani*), penentuan besarnya keuntungan ditentukan oleh mekanisme pasar tetapi tidak berarti penjual bisa menaikkan harga jual jika biaya masukannya tidak mengalami kenaikan, walaupun harga jual di pasaran telah mengalami kenaikan. Harga bisa dinaikkan jika harga pokok produk yang baru dibeli atau diproduksi mengalami kenaikan. Dengan demikian, perubahan kenaikan harga jual hanya bisa dilakukan pada produk baru yang mengalami kenaikan biaya masukan.

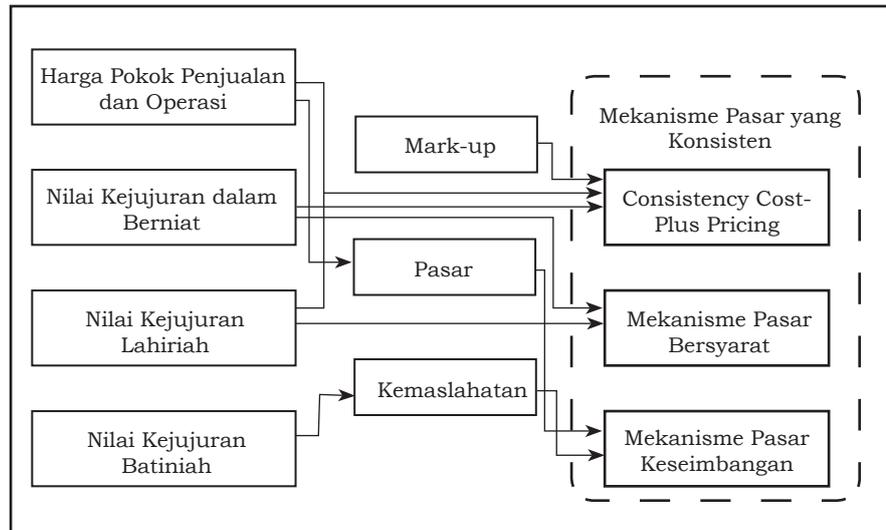
Makna keuntungan menurut metode *irfani* adalah proses un-

**Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,**
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

tuk mendapatkan keuntungan yang tidak bertentangan dengan etika dan norma agama. Proses ini jauh lebih penting daripada besarnya keuntungan. Meski pun keuntungan relatif kecil dari segi materi tetapi diperoleh dari cara-cara yang halal akan jauh lebih bermakna daripada memperoleh keuntungan materi yang relatif besar tetapi dengan cara yang *zalim*. Terjadinya perubahan biaya masukan yang menyebabkan diperkenankannya melakukan perubahan harga jual tetapi dengan cara para penjual membuat kesepakatan harga jual di antara mereka sehingga harga jual melambung tinggi, maka perbuatan demikian dianggap tidak jujur.

Dengan memperhatikan penjelasan tersebut di atas perumusan konsep harga jual berbasis nilai kejujuran dapat dilihat pada gambar 1.

Dengan menyimak makna yang terkandung di dalam kejujuran lahiriah, keharusan mengembang-biakkan harta yang dimiliki, dan hasil analisis *bayani* pada penentuan besarnya keuntungan dan perubahan harga seperti pada penjelasan tersebut di atas, maka dasar penetapan harga jual kejujuran menurut analisis *bayani* adalah *pertama*, bahwa harta yang dimiliki harus bisa dikembang-biakkan agar tidak habis dikeluarkan untuk zakat⁹ (HR Tirmidzi dan Qardhawi 1988: 593).



Gambar 1
Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Kejujuran

9 HR Imam Tirmidzi dari Amir bin Syu'aib, Nabi saw bersabda "Ingatlah, siapa yang mengurus anak yatim, sedangkan

anak itu mempunyai harta, maka hendaklah ia memperdagangkannya, dan jangan dibarkan dimakan zakat".

Hadits dan pendapat ini mengindikasikan bahwa tidak boleh ada penumpukan harta, tetapi harta tersebut harus bisa berputar (produktif) sehingga dinikmati sebanyak mungkin umat manusia. Harta yang menumpuk akan memperbesar biaya operasionalnya dan bisa menimbulkan kerusakan sehingga terjadi pemborosan. Indikasi lainnya adalah bahwa, dalam jual-beli harus ada keuntungan di atas harga pokoknya agar usaha tersebut bisa bertahan hidup. Dari pengalaman berbisnis Bu Umi di Malang, Pak Anwar di Yogyakarta, dan *Catering Daarul Jannah* – Kopontren DT (Pak Hermawan) di Bandung, menunjukkan bahwa mereka membeli bahan baku dan bahan penunjang bukan dimaksudkan untuk dijadikan *stock*, tetapi mereka membeli sesuai kebutuhan pada hari itu atau sesuai pesanan. Disamping itu, sebelum mereka menetapkan harga jual terlebih dahulu menghitung biaya produksi dan keuntungan yang diharapkan.

Kedua, penentuan besarnya keuntungan yang dipersyaratkan tidak diatur secara jelas di dalam al-Quran dan as-Sunnah. Penentuan besarnya keuntungan diserahkan kepada penjual berdasarkan tingkat subjektivitas penjual dan tidak ada batasan besarnya keuntungan yang harus dipenuhi. *Ketiga*, Harga jual yang telah ditetapkan (diniatkan) harus diterapkan secara konsisten untuk produk yang memiliki harga pokok yang sama. Tidak boleh menaikkan harga jual dengan alasan kenaikan permintaan atau karena kondisi apa pun selain karena terjadi pengaruh kenaikan biaya masukan. Menurut Bewes (2000), kenaikan harga akibat kenaikan permintaan merupakan

praktik ketidakjujuran filosofis karena tidak mengikuti penetapan harga yang telah diniatkan sebelumnya. Sama dengan pemain drama yang merubah naskah drama di atas pentas untuk memuaskan penontonnya guna meningkatkan popularitas sehingga meningkatkan pendapatan.

Dengan demikian, harga jual berbasis nilai kejujuran Islami dalam perspektif *bayani* adalah *cost-plus pricing* yang diterapkan secara konsisten. Penentuan besarnya *margin* menjadi kewenangan penjual dan tidak ada batasan atas besarnya *margin* tersebut. Sedangkan penerapan secara konsisten adalah bahwa harga jual produk yang telah ditetapkan harus diterapkan secara konsisten meskipun harga di pasaran mengalami kenaikan. Pengecualian terhadap harga jual yang konsisten ini dibenarkan apabila biaya masukannya mengalami kenaikan, maka harga jual bisa dinaikkan.

Demikian juga halnya dengan analisis *burhani* (konteks tual) tetap menggunakan konsep kejujuran lahiriah, prinsip pengembang-biakkan harta yang dimiliki, dan hasil analisis *burhani* pada penentuan besarnya keuntungan dan perubahan harga seperti pada penjelasan sebelumnya, maka konsep penetapan harga jual kejujuran berdasarkan pada *pertama*, bahwa harta yang dimiliki harus bisa dikembang-biakkan agar tidak habis untuk memenuhi kewajiban zakat (HR Tirmidzi dan Qardhawi 1988: 593).

Berkaitan dengan hadits dan pendapat ini, maka setiap harta yang dimiliki harus dioptimalkan pemanfaatannya agar tercipta produktivitas. Harta yang menganggur atau tidak

Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

berputar akan menyebabkan ketimpangan karena di satu sisi ada orang kelebihan harta dan tidak memanfaatkan untuk kemaslahatan umat, tetapi di lain pihak ada umat manusia yang membutuhkannya. Keadaan ini akan merusak perekonomian secara keseluruhan dan akan menimbulkan kesenjangan sosial. Dengan pemanfaatan harta tersebut secara optimal akan tercipta *value added*, baik untuk pemiliknya maupun yang memanfaatkannya. Dalam kaitannya dengan penetapan harga, maka harga jual dari produk yang diperdagangkan harus lebih besar dari harga pokoknya, sehingga tercipta keuntungan.

Untuk mengetahui suatu produk akan menghasilkan keuntungan maka harga jual didasarkan pada harga pokok atau total biaya di tambah keuntungan yang diharapkan. Akan tetapi konsep ini tidak praktis dalam implementasinya, karena sulit menentukan harga jual untuk setiap jenis produk, khususnya, jika produk yang dijual relatif banyak itemnya dan frekuensi perubahan biaya masukan yang tinggi. Kesulitan lainnya adalah setiap selesai menghasilkan produk sudah harus diketahui harga pokoknya padahal tidak semua jenis biaya sudah bisa diketahui pada saat itu.

Permasalahan berikutnya adalah harga yang sudah ditetapkan berdasarkan formula tersebut belum tentu kompetitif di pasaran. Dengan demikian, diperlukan lagi penyesuaian harga antara harga jual menurut hasil perhitungan dengan harga yang terjadi di pasar, sehingga penetapan harga ini menjadi rumit dalam penerapannya. Oleh karena itu penetapan harga yang digunakan adalah mengikuti mekanisme

pasar.

Kedua, dengan penetapan harga jual yang mengikuti mekanisme pasar, maka pengusaha diharapkan sudah mendapatkan keuntungan. Apabila dia mampu efisien dalam bekerja dan atau meningkatkan volume penjualan, maka dia akan mendapatkan keuntungan yang besar. Dalam kondisi seperti ini, harga sudah dianggap *given*, sehingga perusahaan diharapkan bisa menerapkan *target costing* dan *cost management strategy* untuk bisa meningkatkan keuntungan yang berkesinambungan (Chandrarin 2006).

Ketiga, Penetapan harga jual awal yang didasarkan pada mekanisme pasar (diniatkan) harus diterapkan secara berkelanjutan terhadap suatu produk yang memiliki harga pokok yang sama. Tidak boleh menaikkan harga jual dengan alasan kenaikan permintaan atau karena kondisi apapun selain karena terjadi pengaruh kenaikan biaya masukan. Dampak positif dari penerapan konsep ini, akan menghindari terjadinya penumpukan harta/*stock* yang berlebih oleh pengusaha. Ini juga berarti bahwa konsep produksi dan perdagangan dalam Islam telah lama mengenal *just in time inventory systems* yang dikembangkan dalam manajemen produksi sekarang ini. Tidak adanya perubahan harga jual atas produk tersebut merupakan implementasi dari kejujuran lahiriah seperti dijelaskan sebelumnya dan kejujuran filosofi (Bewes 2000). Penetapan harga jual semacam ini telah diterapkan di SMN Kopontren DT Bandung serta rumah makan Bismillah, yaitu dengan mengikuti harga jual yang berlaku disekitarnya.

Beranjak dari penjelasan tersebut di atas, maka penetapan harga jual berbasis nilai kejujuran dengan metode *burhani* adalah penetapan harga jual yang didasarkan pada mekanisme pasar bersyarat. Yang dimaksud dengan bersyarat adalah harga jual tersebut tidak boleh mengalami kenaikan harga jika waktu dan harga pokoknya sama. Harga tersebut bisa berubah jika telah mengalami kenaikan biaya masukan.

Dalam analisis *irfani*, penetapan harga jual menurut nilai kejujuran adalah berdasarkan mekanisme pasar dengan tidak menzalimi orang lain. Proses untuk menetapkan dan mendapatkan hasil penjualan yang halal dan baik jauh lebih penting daripada menetapkan harga jual dengan mendapatkan keuntungan yang besar tetapi dari penjualan produk yang mengancam kemaslahatan umat manusia. Penetapan harga jual harus memanfaatkan kata hati dan di dalam bingkai kemaslahatan bersama, antara penjual dan pembeli. Penerapan konsep ini merupakan penjabaran dari konsep kejujuran batiniah.

Terciptanya harga melalui mekanisme pasar yang dirancang sendiri oleh para penjual secara bersama-sama untuk menaikkan harga jual merupakan perbuatan tercela dan tidak perlu diikuti. Tetapi penetapan harga jual melalui mekanisme pasar yang *fair* menjadi dasar untuk menetapkan harga jual yang menguntungkan semua pihak. Demikian juga halnya penetapan harga jual dengan memanfaatkan ketidakberdayaan pelanggan adalah perbuatan tidak jujur meskipun mereka sepakat.

Sama dengan kedua analisis sebelumnya bahwa, perubahan harga jual hanya diperkenankan pada produk baru yang mengalami kenaikan harga pokok. Sepanjang tidak mengalami kenaikan harga pokok, maka harga jual tidak bisa dinaikkan meskipun harga jual di pasaran telah mengalami kenaikan.

Di dalam konsep harga jual *consistency cost-plus pricing* tidak mempersoalkan besarnya keuntungan yang diharapkan sepanjang tidak memanfaatkan kelemahan pelanggan tetapi yang lebih penting adalah kekonsistenan di dalam menetapkan harga jual. Sementara di dalam penetapan harga jual berdasarkan mekanisme pasar bersyarat juga menghendaki kekonsistenan di dalam penetapan harga jual. Perbedaannya terletak pada dasar penetapannya. Pada konsep ini, penetapan harga jual awal di dasarkan pada mekanisme pasar pada waktu itu.

Letak perhatian utama pada konsep kedua ini bukan pada besarnya keuntungan yang diharapkan tetapi harga jual normal yang berlaku di pasar pada awal produk memasuki pasar. Dalam pandangan konsep harga jual ini, tidak ada gunanya mengharapkan laba yang besar sementara harga jual yang ditetapkan tidak kompetitif di pasaran.

Sedangkan di dalam penetapan harga jual berdasarkan mekanisme pasar keseimbangan menghendaki adanya perlakuan yang etis untuk mendapatkan keuntungan sehingga tidak merugikan pembeli. Mendapatkan keuntungan yang berlebih dari ketidaktahuan pelanggan atas harga yang berlaku umum atau mendapatkan keuntungan dari ketidakberdayaan pelanggan merupakan perbuatan

**Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,**
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

yang bertentangan dengan hati nurani dan karenanya tidak diperkenankan untuk dilakukan. Disinilah letak perbedaan mendasar dengan penetapan harga jual konvensional yang meskipun dilandasi juga nilai kejujuran.

Berdasarkan hasil analisis tersebut di atas, maka konsep harga jual berbasis nilai kejujuran harus memiliki unsur kompetitif agar produk yang diperdagangkan bisa terjual dan kedua adalah harga jual tersebut diterapkan secara konsisten. Dengan demikian, konsep harga jual yang demikian adalah *consistency market mechanism*.

Dari hasil analisis ketiga epistemologi di atas dapat disimpulkan bahwa, penetapan harga jual berdasarkan metode *bayani, burhani, irfani*, dan secara umum dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.
Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Kejujuran

No	Metode Analisis	Penetapan Harga Jual
1.	<i>Bayani</i>	<i>Consistency Cost-Plus Pricing</i>
2.	<i>Burhani</i>	Mekanisme Pasar Bersyarat
3.	<i>Irfani</i>	Mekanisme Pasar Keseimbangan
4.	Secara umum	<i>Consistency Market Mechanism</i>

Dalam konsep kejujuran, setiap pemilik harta berhak mengembangkan hartanya sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Salah satu usaha yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan bahkan dianjurkan adalah perdagangan. Pengembangan keekonomian melalui perdagangan, umumnya didapatkan melalui hasil usaha, yaitu keuntungan. Oleh

karena, ajaran ini tidak mengatur besarnya keuntungan yang rinci yang dapat dipetik dari setiap transaksi penjualan, maka kewenangan penjuallah untuk menentukannya. Hanya saja, setelah penentuan besarnya harga jual tersebut, seorang penjual tidak berhak lagi untuk menaikkannya meskipun harga jual umum mengalami kenaikan. Ini merupakan penjabaran dari nilai kejujuran lahiriah.

Di dalam paham hukum permintaan dan penawaran konvensional, kenaikan harga jual juga bisa terjadi karena kenaikan permintaan di atas penawaran. Apabila tindakan ini dilakukan akan tercipta ketidakpastian dalam berusaha dan bisa memunculkan sifat menzalimi sesama. Akan tetapi jika biaya masukannya telah mengalami kenaikan, maka harga jual bisa dinaikkan karena apabila hal ini tidak dilakukan akan merugikan penjual.

Harga jual yang mahal akan menyebabkan produk tersebut tidak laku dipasaran dan akibatnya menyalahi hakikat harta yang harus dikembangkan. Oleh karena itu, penetapan harga berdasarkan mekanisme pasar adalah sejalan dengan hakikat pengembangan harta.

Kenaikan harga jual yang diperkenankan, jika biaya masukannya telah mengalami kenaikan. Hal ini dibenarkan, karena apabila tidak dilakukan akan menyebabkan kerugian bagi penjual yang berarti tidak terjadi pengembangan kekayaan. Akibatnya, aktivitas perdagangan akan terganggu dan masyarakat juga yang akan merasakan dampaknya kelak.

Dalam kerangka ini, penetapan harga jual yang menyebabkan perusahaan menderita kerugian adalah perbuatan yang tidak Islami. Oleh karena

itu, setiap pengambil kebijakan penetapan harga jual wajib hukumnya untuk mengoptimalkan keuntungan sepanjang tidak menzalimi sesama. Perbuatan semacam ini merupakan pelanggaran atas kejujuran batiniah.

Dampak dari perolehan keuntungan materi yang besar dari penjualan yang dilaksanakan dengan jujur akan meningkatkan distribusi keuntungan bagi pemilik, karyawan, zakat perdagangan, dan pemerintah berupa pajak. Kenaikan pendapatan pemilik dan karyawan akan meningkatkan kesejahteraan fisik mereka dan keluarganya dan meningkatkan pengeluaran zakat harta, *infaq*, sedekah, dan *wakaf* pemilik dan karyawan. Akibatnya, masyarakat yang kurang mampu merasakan juga manfaatnya melalui zakat, *infaq*, sedekah, dan *wakaf*. Demikian juga masyarakat umum melalui peningkatan pelayanan dan pembangunan yang dibiayai oleh pajak. Dengan demikian keuntungan yang diperoleh pengusaha muslim akan bisa menciptakan keadilan sosial melalui pembayaran pertama pajak dan pembayaran kedua zakat, *infaq*, sedekah, dan *wakaf*. Pembayaran kedua inilah yang membedakan distribusi pendapatan perusahaan Islami dengan konvensional.

SIMPULAN

Menjelaskan keadaan suatu produk dengan sebenarnya bukanlah merupakan keutamaan akan tetapi syarat bagi kesempurnaan keislaman seorang pedagang (al-Ghazali 2008: 12). Akan tetapi berlaku jujur didalam menetapkan harga dengan tidak mempermainkan atau mengikuti harga yang terjadi di pasaran yang dapat merugikan masyarakat

merupakan perbuatan terpuji.

Ada dua alasan yang menyebabkan perbuatan tersebut digolongkan sebagai perbuatan terpuji, yaitu tidak memanfaatkan situasi kenaikan harga dari persediaan yang ada untuk mendapatkan keuntungan. *Kedua*, meskipun pedagang mempunyai peluang untuk mendapatkan tambahan keuntungan tetapi hal itu tidak dilakukan karena dia sudah berniat kepada Sang Penciptanya untuk menerapkan harga jual sesuai dengan janjinya.

Konsep harga jual yang menerapkan kekonsistenan menjalankan niat yang telah diikrarkan mendorong setiap perusahaan untuk menikmati keuntungan yang telah ditetapkan meskipun peluang untuk meningkatkan harga jual per unit memungkinkan. Konsekuensinya, perusahaan tersebut akan dikenang dan dipromosikan oleh pelanggan kepada calon pelanggan lainnya bahwa perusahaan tersebut tidak mudah merubah harga jual meskipun harga di sekitarnya telah mengalami kenaikan. Dalam pandangan Purnamasari dan Triyuwono (2011), kenangan dan promosi yang dilakukan pelanggan seperti ini digolongkan sebagai laba kenangan.

Dengan demikian, meskipun keuntungan yang kecil per unit akan berdampak pada keuntungan yang lebih besar secara keseluruhan. Disamping itu, kepercayaan yang besar dari pelanggan akan menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan pelanggan dan kekal sehingga berdampak pada perolehan keuntungan yang berkesinambungan dan semakin bertambah (*multiplier effect*).

Di dalam konsep harga jual berbasis nilai kejujuran ini ti-

*Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,
Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

tidak ada manfaatnya membeli barang dagangan yang berlebih. Pengadaan persediaan yang melimpah tidak akan berdampak pada kenaikan harga jual atau keuntungan. Dengan demikian, menjalankan kegiatan bisnis tidak perlu membutuhkan modal yang relatif besar. Konsekuensinya, setiap orang yang memiliki modal meskipun relatif kecil dapat mendirikan usaha tanpa ada perasaan takut akan dipermainkan oleh pengusaha yang memiliki modal yang relatif besar.

Akibatnya, aktivitas perdagangan menjadi lebih terbuka bagi siapa saja yang berkeinginan tanpa harus dibatasi oleh kepemilikan modal yang besar. Kesempatan kerja pun akan terbuka luas sehingga dapat mengurangi atau memangkas habis pengangguran. Pemerataan pendapatan pun akan tercipta dan kesejahteraan masyarakat akan semakin merataserta hubungan kemasyarakatan akan semakin harmonis.

Dalam manajemen modern, efisiensi pengelolaan usaha menjadi persyaratan mutlak menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pada pasar yang semakin terbuka, harga jual atas suatu produk adalah *given* (berlaku umum) sehingga untuk meningkatkan keuntungan, efisiensi pengelolaan usaha menjadi alternatif yang paling memungkinkan untuk dilakukan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan persediaan adalah menerapkan *just in time* (JIT).

Penerapan konsep harga jual berbasis kejujuran mendorong setiap pengusaha untuk menghindari penumpukan persediaan karena tidak mem-

berikan kemanfaatan yang berarti. Penumpukan persediaan akan memacu kenaikan pengeluaran *non-value added*, berupa investasi, yaitu penambahan ruang atau gedung untuk menampung persediaan (gudang) dan kenaikan kebutuhan modal kerja untuk membiayai persediaan, tenaga kerja, penerangan, asuransi, dan administrasi.

Penyiapan persediaan yang tidak berlebih akan mendorong pemanfaatan dana yang lebih produktif pada usaha lain. Akibatnya akan tercipta peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja sehingga dapat meningkatkan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Setiap pengusaha akan senantiasa mengurangi risiko dalam berusaha agar tingkat kepastian dapat diprediksi dan keuntungan dapat ditingkatkan. Penyediaan persediaan yang tidak berlebih akan mengurangi risiko kerusakan, kehilangan, dan penurunan nilai persediaan sehingga dapat mengakibatkan kenaikan keuntungan atau kenaikan kekayaan materi.

Konsep penetapan harga jual berbasis kejujuran mencegah terjadi penumpukan persediaan yang berlebih karena penumpukan persediaan menyebabkan ketidakproduktifan kekayaan. Penumpukan persediaan bertentangan dengan ajaran agama ini yang menghendaki produktivitas kekayaan. Dengan demikian, penerapan konsep harga ini akan mengurangi tingkat risiko di dalam berusaha, khususnya risiko pengelolaan persediaan dan menghindari perbuatan tercela.

Untuk menerapkan konsep harga jual berbasis nilai kejujuran diperlukan beberapa persyaratan yang merupakan asumsi dasar pelaksanaan kon-

sep ini, yaitu: *pertama*, sistem pencatatan persediaan menggunakan metode identifikasi khusus. Hal ini dibutuhkan untuk menyajikan informasi berkaitan dengan perubahan harga jual.

Kedua, pengetahuan tentang pemanfaatan produk oleh setiap pelanggan. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari penyalahgunaan produk yang dapat membahayakan pelanggan dan pedagang dikemudian hari. *Ketiga*, tersedianya informasi tentang harga jual normal produk di pasaran diketahui pelaku bisnis. *Keempat*, spesifikasi kualitas dan ukuran produk yang diperdagangkan harus terbuka dan diketahui oleh pembeli. Hal ini dimaksudkan agar produk yang diperdagangkan bebas dari penipuan yang dapat menzalimi penjual atau pembeli. *Kelima*, penentuan besarnya keuntungan harus terbebas dari unsur riba.

Jenis kejujuran yang digunakan untuk merumuskan konsep harga jual Islami meliputi kejujuran di dalam berniat, kejujuran lahiriah, dan kejujuran batiniah. Kejujuran di dalam berniat mengandung makna bahwa harga jual yang telah ditetapkan melalui niat sejak awal tidak akan bisa dinaikkan meskipun harga jual di pasaran telah mengalami kenaikan. Kenaikan hanya bisa dilakukan jika biaya masukan produk telah mengalami kenaikan atau terjadi kesalahan di dalam pengikraran niatnya.

Sedangkan kejujuran lahiriah mengandung makna bahwa jika terjadi perubahan harga jual maka penjual harus menjelaskan kepada pelanggan alasan perubahan tersebut. Sementara kejujuran batiniah mengandung makna bahwa harga yang ditetapkan tidak ada unsur menzalimi pelanggan

akibat ketidak berdayaannya.

Di dalam konsep penetapan harga jual kejujuran, kekonsistenan harga jual menjadi perhatian utama sedangkan besarnya keuntungan tidak dipermasalahkan sepanjang tidak ada unsur menzalimi pembeli karena ketidakberdayaannya. Hal ini tidak berarti bahwa harga jual tidak dapat dinaikkan. Harga jual dapat dinaikkan apabila biaya masukan produk mengalami kenaikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A. 2007. Desain Pengembangan Akademik IAIN Menuju UIN: dari Pendekatan Dikotomis-Atomistik ke Integratif-Interkoneksi. Dalam Amin Abdullah, dkk. *Islamic Studies dalam Paradigma Interkoneksi (Sebuah Antologi)*. Suka Press. Yogyakarta.
- Abdullah, A. 2004. Filsafat Islam bukan hanya Sejarah Pemikiran. Sebuah Pengantar dalam A. Khudori Shaleh. *Wacana Baru Filsafat Islam*. Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Afzalurrahman. 1982. *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*. Terjemahan Dewi Nurjulianti, dkk. 2000. Yayasan Swarna Bhumi. Jakarta.
- Agustian, A. G. 2004. *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power: Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*. Arga. Jakarta.
- Al-Ghazali, I. A. H. 2008. *Samudera Ma'rifat*. Sajadah Press. Yogyakarta.
- Al-Mishri, M. 2008. *Hiduplah Bersama Orang-orang Jujur; Langkah Mudah*

Alimuddin,
Triyuwono,
Irianto,
Chandrarin,
*Konsep Harga Jual
Kejujuran: Meraih
Keuntungan
Menggapai
Kemaslahatan*

*Menikmati Hidup Penuh
Berkah*. Pustaka Arafah.
Solo.

- Al Q'uran dan Terjemahannya. Percetakan Al Qur'anul Karim Kepunyaan Raja Fadh. Madina Al-Munawwarah.
- Arif, M. 2008. *Pendidikan Islam Transformatif*. LKIS. Yogyakarta.
- Ayub, M. 2009. *Understanding Islamic Finance*. Terjemahan Aditya Wisnu Pribadi. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Badri, M. A. B. 2008. *Sifat Perniagaan Nabi Shallalah u'alahiwasallam*. Pustaka Darul Ilmi. Bogor.
- Bewes, T. 2000. What is Philosophical Honesty in Post-modern Literature?. *New Literary History*. Vol. 31. Halaman 421-34.
- Chandrarin, G. 2006. Akuntansi Manajemen Kontemporer. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Universitas Brawijaya. Malang. Vol.4. No. 1. April.
- Gymnastiar, A. 2006. *Aa Gym Apa Adanya: Sebuah Qalbugrafi*. Khas MQ. Bandung.
- Hendricks, G., dan K. Lude-
man. 2003. *The Corporate Mystic: Sukses Berbisnis dengan Hati*. Terjemahan Fahmy Yamani. Kaifa, PT Mizan Pustaka. Bandung.
- Purnamasari, D. dan Triyu-
wono, I. 2011. Tafsir Hermeneutika Intensionisme atas "Laba" Yayasan Pendidikan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. Vol.1 No. 3. Halaman 489-513.
- Qardhawi, Y. 2000. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Qardhawi, Y. 1988. *Fatwa-fatwa Kontemporer*, As'ad Yasin (Penerjemah). 2002. *Jilid 2*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Samdin. 2007. *Pemahaman Modal dalam Praktek Dagang Masyarakat Muslim Gu-Lakudo di Sulawesi Tenggara*. Disertasi Program Doktor Ilmu Ekonomi Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.
- Sentanu, E. 2008. *Quantum Ikhlas; Teknologi Aktivasi Kekuatan Hati*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sumarna, C. 2005. *Rekonstruksi Ilmu; dari Empirik-Rasional Ateistik ke Empirik-Rasional Teistik*. Benang Merah Press. Bandung.