

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Teori Harga

1. Pengertian Harga

Harga yaitu Tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Sebagai mana diketahui salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang yang mahal dan murah. Sebagai mana gaji dan upah adalah harga jasa bagi seseorang yang bekerja. Bunga adalah harga meminjam atau menggunakan uang di bank. Pajak adalah harga jasa pemerintah bagi warga negaranya. Bentuk atau sebutan harga lain adalah uang sewa, tiket, tol, honorarium, SPP, dan sebagainya.¹

Harga merupakan satu-satunya yang dapat menentukan pendapatan bagi penjual. Harga suatu produk merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk. Oleh karena itu, harga menentukan pendapatan bagi penjual. Biasanya penjual menawarkan harga kepada pembeli dengan harga yang setinggi-tingginya untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Padahal penjual boleh mengambil keuntungan sewajarnya saja sebagai pengganti atas jasanya.

Harga dibentuk untuk memenuhi tujuan. Yaitu tujuan dari produsen dan konsumen. Produsen memandang harga sebagai nilai dari suatu barang yang dapat memberikan keuntungan dari

¹ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 61-63

produknya. Sedangkan konsumen memandang harga sebagai nilai barang yang dapat memberikan manfaat untuk dapat memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Pihak produsen sangat berperan dalam pembentukan harga suatu barang. Akan tetapi selain produsen juga ada yang turut berperan dalam pembentukan harga yaitu pemerintah dan distributor.

Pengertian harga menurut para ahli adalah sebagai berikut :

- 1) Menurut Iskandar Sudayat menyatakan bahwa harga suatu barang adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain.
- 2) Menurut Murti dan John, menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya dalam *marketingmix* menunjukkan biaya.
- 3) Menurut Marius harga adalah jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut.
- 4) Menurut Marius dan Wiliam, harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang di butuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.²

Dari pendapat ahli diatas mengenai harga dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai pada suatu barang atau jasa yang dibayarkan oleh konsumen dalam bentuk uang untuk mendapatkan suatu produk. Karena harga merupakan nilai suatu barang, apabila harga barang itu bernilai tinggi maka akan semakin berharga barang

² Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*,....., 61-62

tersebut. Karena harga menjadi faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harga yaitu :

- 1) Permintaan dan penawaran, permintaan dapat mempengaruhi tingkat harga, apabila permintaan akan suatu barang meningkat biasanya harga yang ditawarkan murah, begitupun sebaliknya apabila permintaan suatu barang menurun biasanya harga yang ditawarkan meningkat.
- 2) Elastisitas permintaan, elastisitas permintaan karena adanya perubahan harga pada jumlah barang yang diminta, selain itu dapat mempengaruhi volume penjualan juga.
- 3) Karena adanya persaingan, penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.³

Selain ketiga faktor diatas tingkat harga juga dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya produksi juga dapat mempengaruhi tingkat harga suatu barang. Apabila harga suatu barang dapat menutup jumlah biaya produksi maka produsen akan mendapatkan keuntungan, begitupun sebaliknya, apabila harga suatu barang tidak dapat menutupi biaya produksi maka produsen akan mengalami kerugian. Naiknya mata uang asing juga termasuk faktor yang mempengaruhi tingkat harga, naiknya mata uang asing, misalnya US dollar dapat menyebabkan kenaikan harga-harga di pasaran.

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 177

Terutama, bagi para produsen yang mendapatkan bahan baku import untuk memproduksi barangnya.

Berdasarkan keterangan diatas penulis menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi tingkat harga yaitu permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, karena adanya persaingan, biaya produksi, dan naiknya mata uang asing.

2. Fungsi Dan Penentuan Harga

a. Fungsi Harga

Bagi perusahaan dan konsumen harga berfungsi sebagai berikut:

- 1) Sumber pendapatan dan atau keuntungan perusahaan untuk pencapaian tujuan produsen (harga diatas biaya-biaya produk memberikan keuntungan bagi perusahaan).
- 2) Pengendali tingkat permintaan dan penawaran (terutama apabila bersifat elastis, permintaan akan meningkat dan harga akan turun, begitu pula sebaliknya).
- 3) Memengaruhi program pemasaran dan fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan.
- 4) Memengaruhi perilaku konsumsi dan pendapatan masyarakat (harga rendah dapat meningkatkan konsumsi masyarakat dan upah yang tinggi bagi jasa masyarakat akan mempengaruhi perilaku konsumen).⁴

Dari beberapa fungsi diatas bahwa harga sangat berfungsi bagi perusahaan atau produsen dan juga konsumen. Setiap produsen maupun konsumen pasti memiliki tujuan-tujuan dalam menentukan

⁴Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, , 63

harga. Bagi produsen harga adalah sebagai sumber keuntungan. Dan bagi konsumen harga adalah suatu nilai yang dapat menentukan keputusan pembelian.

1) Penentuan harga

Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karena itu untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan, secara serentak perlulah dianalisis permintaan dan penawaran terhadap suatu barang tertentu yang wujud dipasar. Keadaan disuatu pasar dikatakan dalam keseimbangan (*ekuilibrium*) apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu barang tertentu adalah sama dengan jumlah barang yang diminta para pembeli pada harga tersebut. Dengan demikian, harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan dapat ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan dalam suatu pasar.

Penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum, sebagai berikut :

- a. Untuk bertahan hidup. Tujuan penentuan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran, dengan catatan harga murah tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- b. Untuk memaksimalkan laba. Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat

ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

- c. Untuk memperbesar *market share*. Penentuan harga ini dengan harga murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
- d. Mutu produk. Tujuannya adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Harga biasanya ditentukan setinggi mungkin, karena ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.
- e. Karena pesaing. Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing, yang tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.⁵

Dalam ilmu ekonomi konsep pembentukan harga terjadi pada titik equilibrium. Titik equilibrium merupakan titik dimana terjadinya perpotongan antara kurva permintaan dengan kurva penawaran. Kurva permintaan menggambarkan kuantitas barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu. Kurva penawaran menggambarkan kuantitas barang yang ditawarkan oleh produsen pada tingkat tertentu. Pada titik perpotongan kedua kurva tersebut, pembeli dan penjual memiliki kesepakatan yang sama mengenai jumlah kuantitas barang yang dibeli dan harga yang harus

⁵Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*....

dibayar. Sehingga pembentukan harga berdasarkan kondisi pasar tempat bertemu permintaan dan penawaran.

3. Permintaan dan Penawaran

Permintaan

Salah satu alat analisis ekonomi yang paling penting adalah *Supply* dan *Demand* atau permintaan dan penawaran. Dua alat yang bisa didapat dengan menggunakan alat analisis ini adalah harga dan barang yang terjual dipasar. Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.⁶ Ditinjau dari segi kemampuan daya beli konsumen, maka permintaan dibagi atas permintaan potensial dan permintaan efektif. Permintaan potensial hanya menunjukkan intensitas kebutuhan seseorang akan guna sesuatu barang tanpa disertai dengan daya beli. Sedangkan permintaan efektif selain menunjukkan adanya intensitas kebutuhan juga disertai dengan adanya daya beli. Jadi dengan demikian maka permintaan jenis permintaan efektiflah yang ikut serta dalam proses pembentukan harga pasar dan terlaksananya jual beli.⁷

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum

⁶ Iskandar Putong, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005), 36

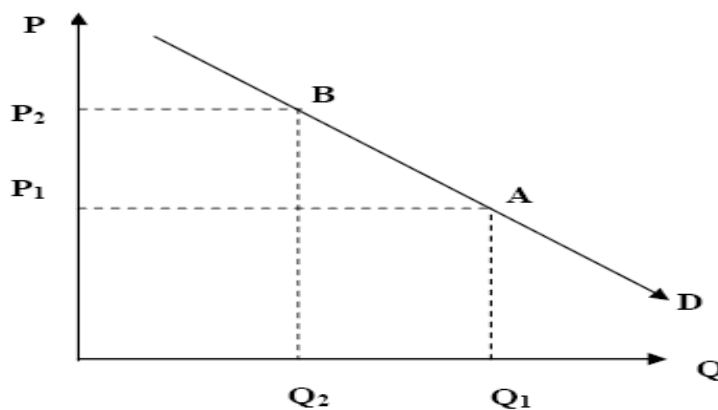
⁷ Buchor Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfa beta Bandung, 2007), 83

permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan :*makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.*

Mengapa jumlah permintaan dan tingkat harga memiliki sifat hubungan? Yang pertama, karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang yang mengalami kenaikan harga tersebut. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Alasan kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.⁸

⁸ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 76

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Sumber: Sadono Sukirno Pengantar Teori Mikroekonomi
(Edisi Ketiga).

Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau salah satu variabel naik (misalnya harga) maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah yang diminta).

Yang dimaksud dengan kenaikan maupun penurunan permintaan itu adalah :

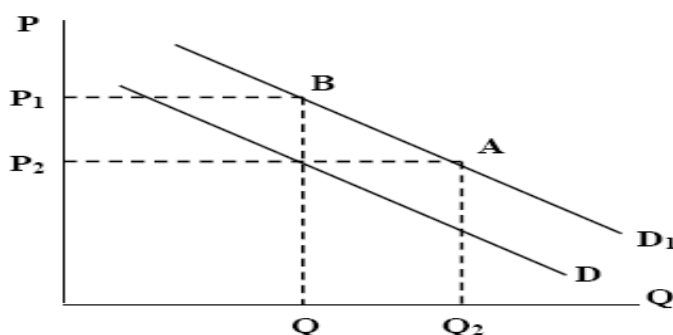
- 1) Permintaan dikatakan naik: permintaan dikatakan naik jika masyarakat bersedia membeli jumlah yang lebih banyak sekalipun harga barang itu tetap tidak berubah. Permintaan masyarakat bersedia membeli barang yang tetap sekalipun harga barang itu sudah naik.

- 2) Permintaan dikatakan turun: permintaan dikatakan turun jika masyarakat akan membeli jumlah barang yang lebih sedikit sekalipun harga barang yang bersangkutan tidak berubah. Permintaan dikatakan turun jika masyarakat akan membeli jumlah barang yang tetap hanya apabila harga barang yang itu turun.⁹

Terjadinya kenaikan atau penurunan permintaan itu ditandai dengan bergesernya kurva permintaan. Jika terjadi peningkatan permintaan maka bergeser ke kanan atau ke atas. Begitupun sebaliknya, apabila terjadi penurunan permintaan maka garis bergeser ke kiri atau ke bawah.

Gambar 2.2

Pergerakan dan pergeseran kurva permintaan



Sumber: Sadono Sukirno Pengantar Teori Mikroekonomi (Edisi Ketiga)

Pergerakan (*movement*) atau pergeseran (*shifting*) tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang dimaksud adalah:

⁹ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005), 305

- a. *Movement along demand curve*, yaitu pergerakan disepanjang kurva permintaan akibat terjadi perubahan pada faktor harga barang dan jasa.
- b. *Shifting on the demand curve*, yaitu pergeseran kurva permintaan yang disebabkan oleh faktor non-harga. Kurva permintaan akan bergeser sejajar (*shifting*) ke kanan (naik) atau ke kiri (turun) dari posisi awal.¹⁰

Dengan mengutip dari beberapa literature ekonomi, dapat diidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang dan jasa, yaitu :

- a) Harga barang itu sendiri: bila harga barang naik, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang diminta akan berkurang begitu juga sebaliknya.
- b) Harga barang lain yang terdiri dari barang substitusi: bila harga barang substitusi naik, *ceteris paribus*, maka permintaan akan bertambah, begitu juga sebaliknya. Dan barang komplemen: bila barang komplemen naik, *ceteris paribus*, maka permintaan akan berkurang, begitu juga sebaliknya.
- c) Pendapatan masyarakat: semakin bertambah tingkat pendapatan, *ceteris paribus*, maka permintaan terhadap suatu barang akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.
- d) Selera(*taste*) atau kebiasaan: apabila seorang individu semakin berselera atau terbiasa mengkonsumsi barang x, *ceteris paribus*,

¹⁰ Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Serang: IAIN “SMH” Banten, 2012), 14

maka permintaan terhadap barang x pun akan semakin bertambah, begitupun sebaliknya.

- e) Jumlah penduduk: semakin banyak jumlah penduduk, *ceteris paribus*, semakin tinggi pula permintaan terhadap barang dan jasa, begitu juga sebaliknya.
- f) Perkiraan (ekspektasi): jika perkiraan barang dimasa yang akan datang akan naik, *ceteris paribus*, maka ada kecenderungan saat ini permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah, begitu juga sebaliknya.
- g) Distribusi pendapatan: jika distribusi pendapatan buruk, yang berarti daya beli menurun, *ceteris paribus*, maka permintaan terhadap suatu barang akan menurun pula, begitu juga sebaliknya.
- h) Usaha-usaha yang dilakukan produsen: promosi, hadiah, potongan harga, *ceteris paribus*, akan mempengaruhi masyarakat untuk menambah konsumsi suatu barang, begitu juga sebaliknya.¹¹

Dari kedelapan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, sebenarnya permintaan hanya ditentukan oleh harga. Naik turunnya permintaan akan ditentukan oleh tinggi rendahnya suatu harga. Maka dari itu, harga dan permintaan saling berhubungan. Hubungan antara permintaan dan tingkat harga ini dengan adanya naik turunnya pendapatan, volume penjualan dan barang-barang yang dibeli.

¹¹ Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*,....., 11-12

Penawaran

Dalam hukum penawaran dinyatakan bahwa kondisi dimana pada saat harga semakin mahal maka jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak. Sebaliknya, di saat harga barang dan jasa semakin rendah maka jumlah barang yang dijual semakin berkurang, *ceteris paribus*.

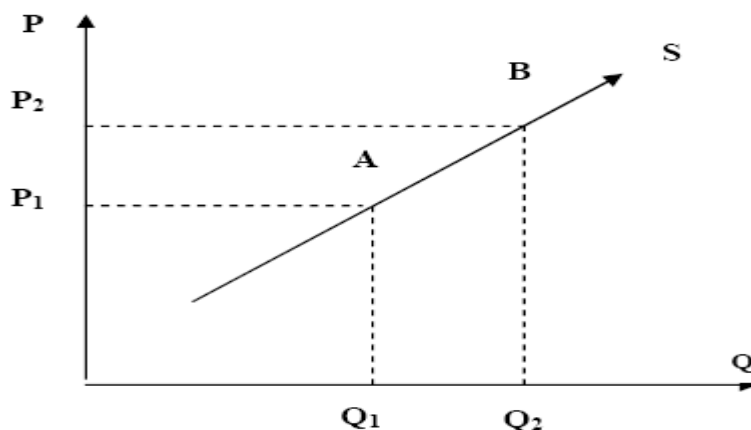
Dengan demikian teori penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu dan tempat tertentu.

Macam-macam Penawaran :

- a. Penawaran Individu, yaitu jumlah barang yang akan dijual oleh seorang penjual.
- b. Penawaran Kolektif, yaitu keseluruhan jumlah suatu barang yang ditawarkan oleh penjual di pasar. Penawaran pasar merupakan penjumlahan dari keseluruhan penawaran perorangan.

Kurva penawaran menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harganya. Selaras dengan hukum penawaran, kurva penawaran memiliki bentuk (*miring dari kiri bawah ke kanan atas*). Kurva penawaran memiliki kemiringan/*slope* positif yang menjelaskan bahwa antara kenaikan penawaran searah dengan kenaikan tingkat harga.

Gambar 2.3
Kurva penawaran



Sumber: Adiwirman Karim “Sejarah Pemikiran Islam Edisi Ketiga”

Yang dimaksud dengan kenaikan maupun penurunan permintaan itu adalah :

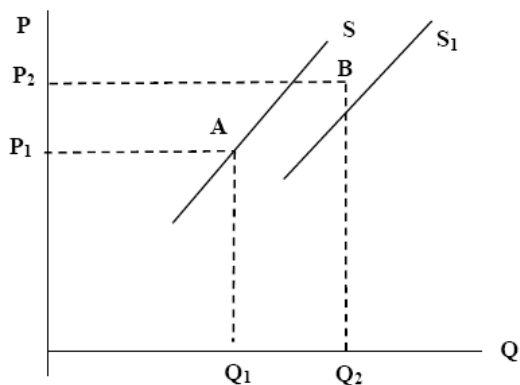
- 1) Penawaran dikatakan naik: pada setiap tingkat harga tertentu, akan ditawarkan jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang ditawarkan sebelumnya. dan suatu jumlah tertentu akan ditawarkan pada tingkat harga yang lebih rendah daripada tingkat harga sebelumnya.
- 2) Penawaran dikatakan turun: pada suatu tingkat harga tertentu akan ditawarkan jumlah output yang lebih sedikit dari pada jumlah yang ditawarkan sebelumnya. dan suatu tingkat output tertentu akan ditawarkan pada tingkat harga yang lebih tinggi dari pada sebelumnya.¹²

¹² Suherman Rosyidi, Pengantar Teori *Ekonomi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2011), 342-343

Seperti halnya fungsi permintaan, dari fungsi penawaran pun dapat dibentuk sebuah kurva penawaran yang juga bisa mengalami pergerakan (*movement*) dan pergeseran (*shifting*).

Gambar 2.4

Pergeseran dan pergerakan kurva penawaran



Sumber: Kadariah “Teori Ekonomi Mikro”

Pergerakan (*movement*) atau pergeseran (*shifting*) tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang dimaksud adalah:

- Movement along supply curve*, terjadi karena adanya perubahan faktor harga yang menyebabkan pergerakan disepanjang kurva penawaran.
- Shifting on the supply curve*, yaitu pergeseran kurva penawaran yang disebabkan oleh faktor non-harga, misalnya karena kemajuan teknologi atau kebijakan kenaikan pungutan pajak. Kurva penawaran akan bergeser sejajar (*shifting*) ke kanan (naik) atau ke kiri (turun) dari posisi awal.

Dari berbagai literature ekonomi yang membahas mekanisme pasar, terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi penawaran. Diantaranya adalah :

- a) Barang itu sendiri: bila harga barang naik, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen akan bertambah, begitu juga sebaliknya.
- b) Harga barang lain: bisa disebut substitusi (pengganti) atau komplemen (saling melengkapi). Barang substitusi, bila barang substitusi naik *ceteris paribus*, maka penawaran suatu barang akan bertambah, begitu juga sebaliknya. barang komplemen, bila harga barang komplemen naik *ceteris paribus*, maka penawaran suatu barang akan berkurang, begitu juga sebaliknya.
- c) Biaya produksi: kenaikan biaya produksi (upah, bahan baku, pajak, dan sebagainya), *ceteris paribus*, menyebabkan produsen mengurangi penawaran barangnya di pasaran, begitu juga sebaliknya.
- d) Kemajuan teknologi: kemajuan teknologi, *ceteris paribus*, menyebabkan pengusaha menambah kapasitas produksi barang dan jasa dipasaran, begitu juga sebaliknya.
- e) Jumlah produsen: apabila jumlah produsen suatu produk semakin banyak, *ceteris paribus*, maka penawaran barang tersebut akan bertambah, begitu juga sebaliknya.
- f) Tujuan perusahaan: penawaran suatu barang dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai produsen, apakah ingin mencapai laba

yang maksimal, kapasitas produksi yang maksimal, atau kapasitas produksi yang biasa saja.

- g) Kebijakan pemerintah: misalnya pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menaikkan pajak penjualan. Kebijakan ini akan menyebabkan harga jual barang lebih tinggi sehingga produsen mengurangi jumlah barangnya dipasaran.¹³

a) Konsep Harga Menurut Islam

Dalam Islam konsep penentuan harga berdasarkan pembentukan harga antara permintaan dan penawaran. Hal ini dilihat dari hadits dari Rasulullah Saw :

وَعَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : غَلَا السَّعْرُ فِي الْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالَ النَّاسُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ :
 إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
 وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ (رواه أبو داود ابن
 ماجه الترمذي)

Dari Anas bin Malik r.a berkata: “di Madinah di zaman Rasulullah saw pernah naik harga-harga barang, dan orang-orang berkata: Ya Rasulullah, harga barang-barang telah naik, karena itu tetapkanlah harga-harga bagi kami”. Maka Rasulullah saw bersabda: “Sesungguhnya Allahlah zat yang menetapkan harga, yang menahan, yang mengulurkan, dan yang maha pemberi rizeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorangpun yang menuntutku atas ke dzaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak

¹³ Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*,....., 17-18

juga dalam masalah harta” (H.R Abu Daud, Ibn Majah, dan At-Tirmidzi)¹⁴

Dari hadits diatas bisa dilihat bahwa Islam memandang konsep pembentukan harga berdasarkan sunatullah atau berjalan alami sesuai kondisi pasar tanpa penentuan dari kekuasaan manusia. Penentuan harga akan menimbulkan ketidakseimbangan pada pasar yang berarti akan menimbulkan kerugian bagi pembeli atau penjual, yang berarti adalah kedzaliman. Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (*price intervention*) bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen.

Dimasa khulafaur Rasyidin, para khalifah pernah melakukan intervensi pasar, baik pada sisi supply maupun demand. Intervensi pasar yang dilakukan Khulafaur Rasyidin dari sisi supply ialah mengatur jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah. Sedangkan intervensi dari sisi demand dilakukan dengan menanamkan sikap sederhana dan menjauhkan diri dari sifat konsumerisme.¹⁵

Untuk itu, dapat disimpulkan bawa konsep harga menurut Islam dikembalikan kepada kondisi pasar, tempat bertemunya permintaan

¹⁴ Al-Hafidh Ibnu Hajar Asqalany, *Tarjamah Bulughul Maram*, (Bandung: Alma'arif, 1996), 298

¹⁵Nia Oktavia“Mekanisme Pasar dalam perspektif Ekonomi Isam” di akses dari <https://shariaeconomics.wordpress.com/tag/mekanisme-pasar-dalam-perspektif-ekonomi-Islam/.html>, pada tanggal 12 April 2017

dan penawaran, dengan syarat tidak terjadi kecurangan dalam kondisi pasar tersebut.

Harga yang pantas dan sesuai dengan kualitas produk yang seharusnya produsen berikan dalam menetapkan harga barang, agar kedua belah pihak antara produsen sebagai penentu harga dan konsumen sebagai pembeli suatu barang sama-sama merasa puas dengan harga yang telah disepakati. Jangan menetapkan harga yang tidak sesuai dengan kualitas produknya. Hal itu bisa menjadikan konsumen merasa dirugikan dengan harga yang tidak sesuai tersebut. Apabila harga tinggi dan kualitas produk sangat bagus dan terjamin konsumen pun berani untuk membeli barang tersebut dengan tingkat harga yang diberikan.

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme harga. Ia misalnya memerhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan penurunan harga.

Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah, ketika terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi, sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung turun atau lebih rendah. Dengan kata lain, pemahaman pada zaman Abu Yusuf tentang hubungan antara harga dan kuantitas hanya memerhatikan *kurva demand*. Fenomena umum inilah yang kemudian dikritisi oleh Abu Yusuf.¹⁶

¹⁶ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), 249-250

Dalam pandangan Abu Yusuf, hubungan harga dengan kuantitas hanya memerhatikan kurva permintaan saja, dimana apabila barang tersebut langka maka harga akan meningkat, begitupun sebaliknya apabila barang melimpah hargapun akan turun. Banyaknya kuantitas barang yang dibeli oleh konsumen sangat dipengaruhi oleh tingkat harganya. Dimana kurva permintaan menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu barang adalah negatif.

B. Teori Konsumsi

1. Pengertian Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa inggris yaitu '*Consumption*'. konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Pembelanjaan masyarakat atas makanan, pakaian dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan pembelanjaan atau konsumsi.¹⁷

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi diartikan sebagai semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pengeluaran konsumsi dilakukan dengan maksud untuk mempertahankan taraf hidup. Pada tingkat pendapatan rendah, pengeluaran konsumsi pertama-tama dibelanjakan untuk kebutuhan-kebutuhan pokok guna memenuhi kebutuhan jasmani. Konsumsi pangan adalah terpenting, karena

¹⁷ Dinar Widiastuti dkk, *Teori Konsumsi*, (Jakarta: STIKOM Profesi Indonesia 29 Oktober 2014), 3

pangan merupakan jenis barang utama untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Akan tetapi terdapat berbagai macam barang konsumsi yang dapat dianggap sebagai kebutuhan untuk menyelenggarakan rumah tangga. Keanekaragamannya tergantung pada tingkat pendapatan rumah tangga. Tingkat pendapatan yang berbeda-beda mengakibatkan perbedaan taraf konsumsi.¹⁸

2. Teori-teori konsumsi

Teori Konsumsi John Maynard Keynes

Dalam teori Keynes mengandalkan analisis statistik, dan juga membuat dugaan-dugaan tentang konsumsi berdasarkan introspeksi dan observasi casual. Pertama : Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Kecenderungan mengkonsumsi marginal adalah krusial bagi rekomendasi kebijakan Keynes untuk menurunkan tingkat pengangguran yang kian meluas. Kekuatan kebijakan fiskal, untuk mempengaruhi perekonomian seperti ditunjukkan oleh pengganda kebijakan fiskal muncul dari umpan balik antara pendapatan dan konsumsi. Kedua: Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik. Keynes percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia berharap orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari

¹⁸ E Winardi, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung: Tarsito, 1997).

pendapatan mereka ketimbang si miskin. Ketiga : Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting.

Fungsi konsumsi Keynes adalah fungsi konsumsi jangka pendek. Keynes tidak mengeluarkan fungsi konsumsi jangka panjang karena menurut Keynes “in thie long run we’re all dead” bahwa didalam jangka panjang kita semua akan mati, sehingga jangka panjang tidak perlu diprediksi.¹⁹

Keynes menulis tentang sejumlah faktor objektif dan subjektif yang dipengaruhi kecenderungan konsumsi. Faktor-faktor objektif yang mempengaruhi kecenderungan konsumsi diantaranya harga, suku bunga, dan kebijaksanaan fiskal. Harga-harga sangat penting dalam menentukan jumlah masing-masing komoditi yang akan dikonsumsi seseorang. Perubahan harga yang cukup besar akan menyebabkan daya beli yang besar pula kecuali elastisitas permintaan rendah. Kenaikan harga hanya pada satu komoditi mungkin tidak akan berpengaruh banyak pada kecenderungan konsumsi. Akan tetapi, apabila hamper semua komoditi mengalami kenaikan harga (kenaikan tingkat harga umum) yang cukup besar, hal ini akan mengubah daya beli dari pendapatan yang diperoleh. Faktor-faktor subjektif yang mempengaruhi kecenderungan mengkonsumsi seperti watak dan kebiasaan konsumen. Pengeluaran konsumsi juga dipengaruhi oleh dorongan batin dan penghargaan masyarakat. Artinya, dalam membeli dan mengkonsumsi, konsumen

¹⁹ Dinar Widiastuti dkk, *Teori Konsumsi*,....., 4

seringkali dipengaruhi oleh suasana hati atau pandangan masyarakat tentang modernitas yang dilihat dari gaya hidup dan pola konsumsi. Pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh kebiasaan dan pola berfikir. Beberapa konsumen atau keluarga sulit untuk mengubah kebiasaan dalam hal membelanjakan uang untuk barang-barang yang kurang diperlukan. Sebagian keluarga atau konsumen akan sulit untuk mencapai pola hidup sederhana dengan cara membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini sangat berhubungan dengan cara penyusunan anggaran untuk menentukan prioritas yang harus dikonsumsi.²⁰

Teori konsumsi dengan hipotesis Siklus Hidup

Teori dengan hipotesis siklus hidup dikemukakan oleh Franco Modigliani. Franco Modigliani menjelaskan hipotesis bahwa konsumsi yang sekarang akan tergantung kepada harapan pendapatannya dimasa yang akan datang. Seseorang akan mengalami fluktuasi pendapatan dan akan memperkirakan kapan pendapatannya bertambah atau berkurang. Sebuah siklus kehidupan dapat dicontohkan sebagai berikut ; seorang konsumen memiliki pendapatan sebelum ia menikah atau sebelum mempunyai anak. Untuk kehidupan setelah menikah, pada masa lajangnya ia harus menyimpan uang lebih dalam rangka pembiayaan rumah tangga dengan istri dan anak-anak. Pada fase berikutnya ketika ia menikah dan mempunyai anak, pengeluaran akan lebih banyak. Boleh jadi ia

²⁰ Wazin Baihaqi, *Etika Bisnis Islam*, (Serang: Pusat Penelitian dan Penerbitan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) IAIN SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN, 2013), 196-197

mengambil tabungannya atau memakai fasilitas pinjaman jangka panjang dengan harapan beberapa tahun kedepan gajinya akan naik beberapa persen. Demikian juga masa pensiunnya, ia harus menyediakan cukup uang untuk menghadapi kondisi ketika pendapatan jauh lebih kecil dari pengeluaran.

Dalam seluruh siklus kehidupan, seorang konsumen berusaha mengatur arus penerimaan uangnya yang tidak begitu lancar sehingga ia bisa membuat pola pengeluaran yang lebih teratur. Sejauh ia melakukan dengan penuh kesadaran, konsumen tersebut akan mengatur pendapatan dan pengeluaran dalam suatu pola yang menopang arus pengeluaran konsumsi yang ia inginkan.

Dalam teori siklus hidup terdapat asumsi bahwa seseorang hanya akan menabung apabila pendapatannya relatif melebihi kebutuhan konsumsi dan tabungan tersebut dimaksudkan untuk menunjang kehidupan masa depan. Akan tetapi tidak seorangpun mengetahui kapan ia dan tanggungannya akan meninggal sehingga tidak dapat memperkirakan jumlah uang yang harus ditabung untuk masa ketika ia tidak memiliki pendapatan sampai ia meninggal. Oleh karena itu pada umumnya setiap orang memiliki tabungan bersih. Apalagi jika terdapat rencana menyisihkan uang untuk ahli waris, maka tabungan bersih akan diusahakan tetap ada.²¹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi

Pengeluaran konsumsi terdiri dari konsumsi pemerintah (*government consumption*) dan konsumsi rumah tangga (*household*

²¹ Wazin Baihaqi, *Etika Bisnis Islam*,....., 197-199

consumption/private consumption). faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain:

a. Faktor ekonomi

Empat faktor yang menentukan tingkat konsumsi, yaitu :

- 1) Pendapatan rumah tangga (*household income*), pendapatan rumah tangga amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya-tidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.
- 2) Kekayaan rumah tangga (*household wealth*), tercakup dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah *real asset* (rumah, tanah, dan mobil) dan *financia asset* (deposito akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengkonsumsi dengan berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable.
- 3) Tingkat bunga (*interest rate*), tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi keinginan konsumsi. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi (*opportunity cost*) dari kegiatan konsumsi berutang dahulu, misalnya dengan meminjam dari

Bank atau menggunakan kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi.

- 4) Perkiraan tentang masa depan (*household expectation about the future*), faktor-faktor internal yang digunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian domestic dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.²²

5) Faktor Demografi

- 1) Jumlah Penduduk, jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata perorang atau perkeluarga relatif rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi.

- 2) Komposisi penduduk, pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi, antara lain:

a. Tingkat Usia

Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15-64 tahun), makin besar tingkat konsumsi. Sebab makin banyak penduduk yang bekerja penghasilannya pun semakin besar.

²² Dinar Widiastuti dkk, *Teori Konsumsi*....., 6-7

b. Tingkat Pendidikan

Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya pun makin tinggi karena biasanya dalam keluarga yang rata-rata berpendidikan tinggi, kebutuhan hidupnya semakin banyak.

c. Wilayah tempat tinggal

Makin banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab umumnya pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif dibanding masyarakat pedesaan.

6) Faktor-faktor Non Ekonomi

Faktor-faktor non ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja, berubahnya kebiasaan belanja dipasar tradisional menjadi di Swalayan dapat mendorong masyarakat menjadi lebih konsumtif atau bisa juga kebiasaan makan di restoran cepat saji (*fast food*) dapat mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi semakin boros.²³

4. Pengaturan Komoditas Pokok

Pemerintah sampai saat ini belum memiliki daftar komoditi bahan pangan pokok (Bapok) yang konsisten. Terdapat perbedaan pandangan tentang komoditi Bapok antar lembaga pemerintah, misalnya Surat Keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian No.Kep-28/M.EKON/05/2010 dan Renstra

²³ Prathama Rahardja, Mandala Mnurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi Edisi Ketiga* (Jakarta:Fakultas Universitas Terbuka, 2006), 267-268

Kementerian Perdagangan 2010-2014 memasukkan komoditi Bapok yang berbeda. Menurut Surat Keputusan Menko Perekonomian No. Kep-28/M.EKON/05/2010 Tahun 2010 tentang Tim Koordinasi Stabilisasi Pangan Pokok, meliputi: beras, gula, minyak goreng, terigu, kedelai, daging sapi, daging ayam, dan telur ayam. Sedangkan Rencana Strategis Badan Ketahanan Pangan 2010-2014 (Kementerian Pertanian, 2010) mengelompokkan komoditas pangan penting ke dalam dua kelompok yaitu pangan nabati dan pangan hewani. Pangan nabati terdiri dari 10 komoditi yang terdiri dari beras, jagung, kedelai, kacang tanah, ubi kayu, ubi jalar, sayuran, buah-buahan, minyak goreng dan gula putih. Sedangkan pangan hewani terdiri dari lima komoditi yang meliputi daging sapi dan kerbau, daging ayam, telur, susu, dan ikan.²⁴

C. Daya Beli

Daya beli yaitu Kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya.²⁵

²⁴ Dwi Wahyuniarti Prabowo, “*Pengelompokan Komoditi Bahan Pangan Pokok Dengan Metode Analytical Hierarchy Process*”(Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, BP2KP, Kementerian Perdagangan - RI,2014)

²⁵Supawi Pawenang, *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*, (Surakarta: Program Pascasarjana, UNIBA, 2016)

Faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat

Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat antara lain yaitu :

1. Tingkat pendapatan

Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya.

2. Tingkat Pendidikan

Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Contohnya seorang sarjana lebih membutuhkan computer dibandingkan seseorang lulusan sekolah dasar.

3. Tingkat Kebutuhan

Kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa.

4. Kebiasaan Masyarakat

Di zaman yang serba modern muncul kecenderungan konsumerisme didalam masyarakat. Penerapan pola hidup ekonomis yaitu dengan membeli barang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup.

5. Harga Barang

Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan.

6. Mode

Barang-barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah. Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.

Pengukuran Daya Beli Masyarakat

Menurut Dr. Supawi Pawenang pengukuran daya beli masyarakat dapat dilakukan dengan dua indeks yaitu indeks harga konsumen dan indeks harga produsen.

1. Indeks harga konsumen, yaitu suatu pengukuran keseluruhan biaya pembelian produk oleh rata-rata konsumen. dimana dalam pengukuran indeks ini perlu memperhatikan beberapa hal yaitu harga, kuantitas, tahun dasar, dan tahun pembelian.
2. Indeks harga produsen, yaitu pengukuran biaya untuk memproduksi barang yang akan dibeli konsumen.²⁶

²⁶Supawi Pawenang, *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*, (Surakarta: Program Pascasarjana, UNIBA, 2016).

D. Penelitian Terdahulu

Gambar 2.5

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1	2	3	4
1	Siti Kulsum Nadiati	Dependen: Kenaikan harga produk kerudung Independen: Permintaan Konsumen	Besarnya Kenaikan harga produk kerudung terhadap permintaan konsumen sebesar 0,6 % sedangkan sisanya 99,4% dipengaruhi oleh variabel lain
2	Afifyatussuniah	Dependen: Kenaikan harga BBM Independen: Pendapatan Pedagang	Kenaikan harga BBM berpengaruh terhadap Pendapatan Pedagang sebesar 58,9 % dan sisanya 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain
3	Zarkasi	Dependen: Pengangguran Independen: Daya Beli Masyarakat	Tingkat pengangguran berpengaruh terhadap secara parsial negatif signifikan terhadap daya beli masyarakat

Perbedaannya dengan penulis bahwa Penulis meneliti dan menganalisis berfokus pada kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat. Peneliti akan melakukan penelitian apakah terdapat pengaruh dari kenaikan harga

komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat pada Rumah Tangga Kelurahan Sumur Pecung Kota Serang.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁷

Dugaan sementara dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh kenaikan harga komoditas pokok yang diukur dengan tingkat kenaikan harga (X) yaitu pengaruh positif artinya terdapat pengaruh kenaikan harga komoditas pokok yang diukur dengan konsumsi pangan (Y).

Dengan rumusan masalah tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak adanya pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat

H_a = Diduga adanya pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat

Dengan demikian, Hipotesis dalam penelitian ini yaitu semakin turun harga komoditas pokok maka semakin tinggi daya beli masyarakat

²⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 64