

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian merupakan salah satu saka guru kehidupan negara. Perekonomian negara yang kokoh akan mampu menjamin kesejahteraan dan kemampuan rakyat. Salah satu penunjang perekonomian negara adalah kesehatan pasar, baik pasar barang-jasa, pasar uang, maupun pasar tenaga-kerja. Kesehatan pasar sangat tergantung pada mekanisme pasar yang mampu menciptakan tingkat harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran (*demand and supply*) yang sehat berdasarkan adat („*urfu*), tanpa adanya pengaruh-pengaruh lain seperti monopoli dan sejenisnya atau tidak adanya pengaruh kekuasaan negara. Apabila kondisi ini dalam keadaan wajar dan normal tanpa ada pelanggaran, maka harga akan stabil, namun apabila terjadi persaingan yang tidak fair, maka keseimbangan harga akan terganggu dan yang pada akhirnya mengganggu hak rakyat secara umum.

Kitab-kitab fiqih klasik membagi kitabnya menjadi beberapa bab, yaitu: bab ibadah, *mu'amalah*, pernikahan, *jinayah*. Dan salah satu bab yang berhubungan dengan perekonomian yaitu: bab muamalah yang meliputi jual beli, salam, *mudharabah*, gadai, pemindahan hutang, sewa menyewa, upah dan lain sebagainya. Salah satu bidang mu'amalat yang paling sering dilakukan dalam kehidupan masyarakat adalah jual beli. Jual beli dapat di artikan dengan

tukar menukar suatu barang lain atau uang dengan barang atau sebaliknya dengan syarat-syarat tertentu.<sup>1</sup> Manusia dalam lapangan ekonomi atau bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari kebebasan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain, ia terikat dengan iman dan etika, sehingga dia tidak bebas secara mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.<sup>2</sup>

Salah satu sumbangan terbesar Islam kepada ummat manusia, adalah prinsip keadilan, dan pelaksanaannya dalam setiap aspek kehidupan manusia. Yaitu dengan cara membimbing manusia untuk memenuhi kebutuhan pokoknya secara benar dan sah ini.

Oleh karena itu nilai-nilai syari'at mengajak seorang muslim untuk menerapkan penetapan harga (*tas'ir*) dalam kehidupan ekonomi, menetapkan harga sesuai dengan nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Dengan adanya *tas'ir* atau penetapan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktik penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelahan hati.<sup>3</sup>

Penetapan harga (*tas'ir*) merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk,

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Pemikiran konomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 42.

<sup>2</sup> Khabib Basori, *Muamalat* (Yogyakarta: Pustaka Iman Mandiri, 2007), hlm 1.

<sup>3</sup> Abdul Sami' Al-Mishri, *pilar-pilar ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm. 95.

sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi *tas'ir* sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Penentuan harga produk memiliki beberapa strategi yang dapat digunakan untuk produk baru maupun produk lama yang disesuaikan dengan kondisi yang ada.

Penetapan harga (*tas'ir*) sebagian besar berdasarkan pada banyak permintaan. Apabila permintaan banyak, harga yang dikenakan akan tinggi. Akan tetapi, bila permintaan sedikit, harga yang dikenakan akan rendah walaupun dalam kedua kasus di atas harga satuan yang berlaku mungkin sama. Harga dapat berbeda-beda berdasarkan konsumen. Harga yang lebih tinggi diberikan kepada pembeli yang tidak mempedulikan harga, dan harga yang lebih rendah diberikan pada pembeli yang memperhatikan harga. Penetapan harga seperti ini dapat menghancurkan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.<sup>4</sup>

Apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga barang tersebut adalah mahal. Mahalnya harga barang ini tidak menjadi masalah bagi konsumen yang mampu atau kaya yang menginginkan mutu barang atau pelayanan yang baik atau memuaskan. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 7.

dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut tidak terlalu mahal. Jadi harga barang hendaknya sebanding dengan mutu atau pelayanan.

Penetapan harga (*tas'ir*) barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.<sup>5</sup>

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan *tas'ir* yang melanggar etika dapat menyebabkan para pedagang tidak disukai oleh para pembeli, para pembeli bisa menjauhi para pedagang tersebut bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pedagang.<sup>6</sup>

Para pembeli atau konsumen biasanya bercerita tentang kekecewaan dan kejengkelan mereka terhadap apa yang telah mereka alami setelah

---

<sup>5</sup> David W. Cravens, *Pemasaran Strategis* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998), hlm. 52.

<sup>6</sup> Muhammad Birusman Nuryadin. "Harga Dalam Perspektif Islam", *jurnal mazahib*, Vol. IV, No. 1, Juni, 2007. hlm. 1.

<https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/article/view/517>. diakses 2 November 2019

berbelanja di pasar. Hal ini mereka lakukan karena sejumlah uang yang telah mereka keluarkan tidak sesuai dengan manfaat atau nilai produk yang mereka terima. Perlu diingat bahwasanya pelanggan seringkali membandingkan produk yang dipersepsikan dengan produk yang diharapkan. Jika persepsi produk berada di bawah produk yang diharapkan, pelanggan akan merasa kecewa. Akan tetapi sebaliknya jika persepsi produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, mereka akan merasa puas dan cenderung akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Para konsumen atau pembeli tidak segan-segan memburukkan para pedagang yang telah mengecewakan mereka dengan menceritakan kejadian-kejadian yang mengecewakan yang telah mereka alami. Mereka bisa menceritakan kepada keluarganya, tetangganya atau kepada teman-teman dekatnya. Cerita dari mulut ke mulut ini cukup besar dampak negatifnya terhadap citra dan posisi pedagang di pasar. Apabila cerita dari mulut ke mulut ini semakin menyebar dan melebar maka nama baik pedagang di pasar akan tercemar, dan hal ini jelas akan menimbulkan kerugian dan ancaman yang cukup serius bagi pedagang di pasar.

Pemerintah telah mengatur undang-undang tentang penetapan harga pada No 5 tahun 1999, dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau KPPU telah mengeluarkan peraturan KPPU Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 19 Huruf D (Praktek Diskriminasi) peraturan KPPU Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) dan peraturan KPPU Nomor 5 Tahun 2011 tentang pedoman pedoman Pasal 15 (Perjanjian Tertutup) yang

berlaku.<sup>7</sup> Pedoman pasal ini sendiri dimaksudkan untuk memberikan penjelasan yang lengkap namun mudah dimengerti kepada berbagai pihak yang secara tidak langsung ikut berperan dalam upaya mewujudkan iklim usaha yang sehat.

Selain terdapat undang - undang yang berlaku di Indonesia, terdapat juga hadist yang menjelaskan tentang penetapan harga (*tas'ir*). Pemerintah Islam, sejak zaman Nabi telah memperhatikan masalah keseimbangan harga, terutama pada peran pemerintah dalam mewujudkan kestabilan harga dan mengatasi masalahnya. Akan tetapi sebagian ulama menolak peran pemerintah dalam mencampuri urusan ekonomi yang salah satunya adalah tentang ketentuan *tas'ir*. Harga dalam sebuah pasar dibentuk dari adanya permintaan yang ada di dalam pasar itu sendiri . apabila permintaan semakin meningkat, maka harga juga akan mengikuti yaitu mengalami kenaikan.

Pemerintahan Islam, sejak Rasulullah SAW. di Madinah *concern* pada masalah keseimbangan harga ini, terutama pada bagaimana peran negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Secara garis besar, para ulama sepakat bahwa hukum asal penetapan harga (*tas'ir*) adalah haram, walaupun pada akhirnya, ditemukan perbedaan pendapat mengenai boleh-tidaknya negara menetapkan

---

<sup>7</sup> Pedoman Pasal 15 (Perjanjian Tertutup) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hlm. 4  
[https://www.kppu.go.id/docs/Perkom/2011/Nomer\\_5\\_2011\\_pedoman\\_Ps\\_15\\_\(perjanjian\\_tertutup\)](https://www.kppu.go.id/docs/Perkom/2011/Nomer_5_2011_pedoman_Ps_15_(perjanjian_tertutup).). Diakses tanggal 20 Desember 2019

harga dalam kondisi-kondisi tertentu. Masing-masing golongan ulama ini memiliki dasar hukum dan interpretasi tersendiri.

Banyak dari kalangan ulama terdahulu, mereka menulis buku-buku yang berkaitan dengan Ubudiah, Pernikahan, jinayah, ilmu sosial, dan khususnya Mu'amalah atau tentang ekonomi yang berkaitan dengan roda kehidupan manusia. Diantara mereka adalah : Qadhi Abu Yusuf (w. 798 M), Yahya bin Adam al- Qarashi (w. 818 M), Abu Ubayd al-Qasim bin Sallam (w. 858 M), Ibn Abi al-Rabi' (w. 885 M), Qudamah bin Jafar (w. 932 M), Abu Jafar Ahmad bin Nasr al-Dawudi (w. 1052 M), al-Mawardi (w. 1058 M), Ibnu Hazm (w. 1063 M), Abu Ya'la al-Farra' (w. 1065 M), Abu Hamid al-Ghazali (w. 1111 M), Nasiruddin Tusi (w. 1274 M), Ibnu Taimiyah (w.1328 M), Ibnu Khaldun (w. 1406 M), Shah Waliullah Dehlawi (w. 1762 M),<sup>8</sup> dan Yahya bin Umar (w. 901M)<sup>9</sup>.

Dari banyaknya pemikiran-pemikiran mereka yang futuristik yang layak kita kaji ulang salah satunya adalah pemikiran Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-Suq* yang membahas tentang hukum-hukum pasar, sehingga membuat penulis tertarik untuk menulis tesis dengan judul penetapan harga (*tas'ir*) menurut Imam Yahya bin Umar Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Penetapan Harga.

---

<sup>8</sup> Aan Jaelani, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* ( Cirebon: Aksarasatu, 2018), hlm. xvii

<sup>9</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* ( Depok: Gramata Publishing, 2005), hlm. 157.

Yahya bin Umar dalam kitab *ahkamu al-suq* menyebutkan ada tiga poin penting dalam pemikirannya tersebut: Pertama, struktur pasar. Kedua, hubungan negara dan pasar, dan. Ketiga, pembentukan harga. Dalam penjabaran dari ketiga unsur itu, Yahya bin Umar menguikannya dalam lima faktor, di antaranya: Pertama, transparansi. Kedua, tidak ada monopoli dan kartel. Ketiga, pencegahan terjadinya penjualan di luar pasar (forestalling). Keempat, pencegahan persaingan tidak sehat, serta. Kelima, menghindari kecurangan dan penjualan produk yang haram. Menurutnya, peran Negara dalam regulasi pasar adalah pengawasan dan pembentukan organ yang diperlukan untuk mengaudit, sehingga Negara harus memiliki peran yang sangat kuat dalam kendali pasar agar pasar berfungsi dengan baik. Sedangkan Pandangannya terhadap pembentukan harga dapat diklasifikasikan kepada dua jenis: Pertama, pembentukan harga di pasar dengan kualifikasi ideal. Kedua, pembentukan harga di pasar dengan upaya untuk keseimbangan pasar.<sup>10</sup>

Untuk menguatkan hasil penelitian ini, penulis mengambil beberapa jurnal dan kitab yang menjadi rujukan para pakar ekonomi islam dalam hal ekonomi islam; diantaranya adalah : kitab *al-Amwal* karya Abu Ubaid,<sup>11</sup> dalam bukunya beliau menjelaskan tentang peran pemerintah dalam membuat keputusan yang adil dan berorientasi pada kepentingan rakyat. Baginya pengimpementasian dari prinsip ini akan membawa kesejahteraan ekonomi dan

---

<sup>10</sup> Abdul Haris Simal, "konsep pemikiran ekonomi dan kebijakan pasar perspektif yahya bin umar" *jurnal tahkim Vol. XIV, no 2 Desember 2020*. Diakses 1 september 2021

<sup>11</sup> Nama lengkap Abu Ubaid al-Qosim bin Salam bin Miskin bin Zaid al-Azdhi (W. 224H)

keselarasan sosial.<sup>12</sup> Kitab *kharaj* karya Abu Yusuf,<sup>13</sup> dalam karyanya beliau menjelaskan tentang keuangan negara, pajak tanah, pemerintahan, musyawarah, dan pasar.<sup>14</sup> Dan kitab *hisbah* karya Ibnu Taimiyah,<sup>15</sup> membahas tentang pasar dan intervensi pemerintah dalam kehidupan ekonomi.<sup>16</sup>

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperoleh indentifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga yang tidak sesuai dengan nilai barang tersebut, sehingga menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen.
2. Mudahnya penjual menaikkan barang dagangannya, tanpa memperhatikan konsumen.
3. Kepuasan konsumen berbeda-beda terhadap barang yang dibelinya.

## C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perlu adanya pembatasan masalah. Untuk lebih jelas arah penelitian, maka masalah penelitian ini terbatas dalam penerapan harga menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkamu As-suq* Dan relevansinya terhadap undang-undang No 5 tahun 1999 tentang penetapan harga.

---

<sup>12</sup> Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, hlm. 155.

<sup>13</sup> Nam lengkapnya Ya'qub bin Ibrahim bin Sa'ad bin Husein al-Anshori, (113-182 H)

<sup>14</sup> Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, hlm. 117.

<sup>15</sup> Nama lengkapnya Taqi al-Din Ahmad bin Abd. Al-Halim bin Abd. Salam bin Taimiyah, (661-728).

<sup>16</sup> Amalia, *ibid*, hlm. 207.

#### **D. Rumusan Masalah Penelitian.**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana penetapan harga (*tas'ir*) menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-Suq*?
2. Bagaimana penetapan harga (*tas'ir*) menurut undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga ?
3. Bagaimana relevansinya penetapan harga (*tas'ir*) menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-Suq* dan undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis penetapan harga (*tas'ir*) menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-Suq*.
2. Untuk menganalisis penetapan harga menurut undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga.
3. Relevansinya penetapan harga (*tas'ir*) menurut Imam Yahya bin Umar dan kitabnya *Ahkam al-Suq* dan undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari hasil penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

a. Secara Teoritis :

1. Memberikan informasi, pemahaman teori dan kepustakaan mengenai penetapan harga menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-suq* serta undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga.
2. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta pemahaman hukum positif dan hukum Islam dalam memahami penetapan harga.
3. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut di bidang penetapan harga.

b. Secara Praktis

Dengan adanya tesis ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk pihak-pihak terkait seperti:

1. Bagi Penulis

Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori-teori yang pernah didapat dan mengaplikasikan secara empiris dengan harapan dapat bermanfaat dalam mekanisme (*tas'ir*) berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu, khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

## 2. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat sebagai konsumen semakin menyadari hak-haknya sebagai konsumen dengan ditetapkannya harga oleh Pemerintah.

### G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini, selain itu penelitian terdahulu dapat dipakai sebagai sumber pembanding dengan penelitian yang sedang penulis lakukan.

Diantara karya-karya ilmiah tersebut adalah :

Kurniawati Ningsih melakukan penelitian tentang Strategi penetapan harga dengan judul, "*Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Strategi Penetapan Harga Di Resto Bakwan Bondowoso Surabaya*". Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati Ningsih pada tahun 2011 adalah metode yang digunakan oleh Resto Bakwan Bondowoso merupakan metode berbasis permintaan yang mana meniggikan harga dan menurunkan harga dengan penawaran harga paket, metode berbasis laba yang dimana mempunyai target tertentu dalam tiap tahunnya, berbasis biaya, hal ini dalam menetapkan harga mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan dan yang terakhir berbasis persaingan dengan melihat harga pesaing dimana persaingan saat ini semakin tahun semakin ketat. Strategi yang dipakai oleh Resto Bakwan Bondowoso mempunyai efek positif bagi perusahaan. Resto Bakwan Bondowoso mampu bersaing dan

mencapai tujuannya dengan mengembangkan outlet-outlet. Efek negatif dari penetapan harga ini adalah owner tidak membayar gaji karyawan secara maksimal.<sup>17</sup>

Rahmat Hidayat melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu penetapan harga, promosi dan tingkat penjualan. Penelitian ini menggunakan metode survey yang tujuannya memperoleh data dalam bentuk kualitatif dan kuantitatif, data dikumpulkan melalui penyebaran angket dan wawancara kepada 37 orang responden karyawan PSA Mihin Lanka Airlines di Medan. Penetapan jumlah sampel menggunakan metode sampling jenuh/sensus, analisis data menggunakan statistik diskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda, sedangkan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel penetapan harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada PSA Mihin Lanka Airlines.<sup>18</sup>

Kahar Mulyani dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terjadinya penurunan quantitas doking kapal kayu tiap tahun, menyebabkan galangan semakin sepi. Dimana pada tahun 2004 masa “idle time” galangan sebesar

---

<sup>17</sup> Ningsih, Kurniawati. *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Strategi Penetapan Harga Di Resto Bakwan Bondowoso Surabaya*. Diss. Uin Sunan Ampel Surabaya, 2011.

<sup>18</sup> Batubara, A., & Hidayat, R. "Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines." *Jurnal Ilman*, Vol. 4, No.1, pp. 33-46, Februari 2016, ISSN 2355-1488 (Diakses 27 Desember 2019 )

36,5% atau selama 4,5 bulan dapat mengganggu kontinuitas perusahaan sehingga manajemen perusahaan menjalankan strategi baru, yaitu memperluas segmen pasar perusahaan. PT. Salsabila Persada Jakarta Bitung menjalankan strategi perluasan pasar sasaran dengan pengendalian harga doking dan reparasi lebih rendah dari harga pasar yaitu pekerjaan seperti: pengecatan sebesar 8,33%, sandblasting sebesar 9,09%, replating sebesar 8,83%, harga naik dok dan helling untuk kapal baja sebesar 10% serta biaya helling kapal kayu 5%.<sup>19</sup>

Rizqy Aiddha Y, dalam tesisnya mengatakan hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem perhitungan harga pokok produksi yang dapat menghasilkan informasi biaya yang akurat dengan menggunakan activity based costing (ABC) system dan memberikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia untuk menerapkan activity based costing (ABC) system sebagai upaya perbaikan sistem perhitungan harga pokok produksi.<sup>20</sup>

Hilmina Batubara, dengan judul jurnalnya ” *Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca Dan Alumunium Di Ud. Istana Alumunium Manado*”. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan perhitungan harga pokok

---

<sup>19</sup> Mulyani, Kahar. "Pengendalian Harga dan Pelayanan Sebagai Strategi Pengembangan Pasar Sasaran (Studi Kasus PT Salsabila Persada Jakarta)." *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Manajemen dan Informatika* 9.2 (2015): 16-30. Diakses 14 November 2019

<sup>20</sup> Yuniawati, R. A. "Analisis Penerapan Activity Based Costing (Abc) System Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Cokelat (Studi Pada Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia)." *Accounting And Business Information Systems Journal* 7.3. Diakses 15 November 2019

produksi sebagai dasar penetapan harga jual menurut metode *full costing* lebih baik dalam menganalisis biaya produksi, hal ini disebabkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, tidak memasukkan biaya administrasi dan umum ke dalam biaya *overhead*, karena biaya-biaya tersebut merupakan komponen biaya pada laporan rugi laba perusahaan.<sup>21</sup>

Ari Prasetyo, Tulisan ini membahas untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS release 17. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda  $Y = 3.958 + 0.083 X1 + 0.614 X2$ . Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) kualitas pelayanan sebesar 8.18%, harga sebesar 44.48%. Koefisien

---

<sup>21</sup> Batubara, Helmina. "Penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* pada pembuatan etalase kaca dan alumunium di UD. Istana Alumunium Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013). Diakses 15 November 2019

determinasi simultan ( $R^2$ ) sebesar 0.725, hal ini berarti 72.5% kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 27.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.<sup>22</sup>

Faizah, Nadia Rizqiyatul, Suryoko, Sri dan Saryadi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan O-mamaia steak and Ice cream Jati Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice cream Jati Semarang. Sampel penelitian di ambil 100 responden. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda dengan bantuan SPSS 18.00. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.<sup>23</sup>

Andre Henri Slat, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penentuan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan, untuk dibandingkan dengan metode

---

<sup>22</sup> Prasetio, Ari. "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan." *Management Analysis Journal* 1.1 (2012). Diakses 18 November 2019

<sup>23</sup> Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, S "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (2013). Diakses 18 November 2019

penentuan harga pokok proses dengan pendekatan full costing, dan metode penetapan harga jual berdasarkan cost plus pricing. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan yaitu kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi dari pada harga pokok produk menurut harga pokok produk setelah dievaluasi, menurut perusahaan harga pokok produk genteng garuda, sebesar Rp. 2.100, genteng KIA sebesar Rp. 2.000, paving serasi sebesar Rp. 1.400, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.300, dan hollow brich sebesar Rp. 2.400. Sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk genteng garuda sebesar Rp. 1.940, genteng KIA sebesar Rp. 1.864, paving serasi sebesar Rp. 1.334, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.243, dan hollow brich sebesar Rp. 2.277, hal ini disebabkan karena perusahaan tidak membebankan biaya produksi yaitu biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin & peralatan, dan biaya asuransi dalam perhitungan harga pokok produksi.<sup>24</sup>

Charlie Bernardo Halomoan Samosir dan Arief Bowo Prayoga, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh persepsi harga dan promosi produk Enervon-C terhadap keputusan pembelian produk. Dari hasil uji empiris menunjukkan bahwa persepsi harga dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk

---

<sup>24</sup> Slat, Andre Henri. "Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013). Diakses 20 November 2019

Enervon-C, namun demikian hanya berkontribusi 50,2% terhadap keputusan pembelian.<sup>25</sup>

Hasani, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BPSK Kota Pontianak belum mampu berperan dalam perlindungan terhadap hak-hak konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase sesuai dengan tugas dan kewenangannya sebagaimana yang diatur pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Dikarenakan dalam melaksanakan tugasnya BPSK Kota Pontianak dihadapkan pada berbagai hambatan.<sup>26</sup>

Ruth Serenia, berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, menunjukkan bahwa pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia telah dapat diakomodasi dengan baik oleh UU Perlindungan Konsumen dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang terwujud melalui Perlindungan data pribadi konsumen, syarat sahnya transaksi *e-commerce*, klausula baku, dan pengaturan mengenai objek transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum kepada konsumen *Shopee* telah diakomodir dengan baik melalui ketentuan pemberian ganti rugi,

---

<sup>25</sup> Samosir, Charlie Bernando Halomoan. *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. Diss. Universitas Mercu Buana, 2015. Diakses 20 November 2019

<sup>26</sup> Hasani, U., & KEBUDAYAAN, K. P. D. "Efektivitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Sebagai Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Rangka Menwujudkan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Studi Bpsk Kota Pontianak) Jurnal Nestor Magister Hukum." *Jurnal NESTOR Magister Hukum* 3.3 (2016): 210264. Diakses, 22 November 2019

pengajuan tuntutan oleh konsumen yang dirugikan, pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, pengaturan mengenai penyelesaian sengketa konsumen, dan penerapan sanksi kepada pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran. Bentuk pertanggung jawaban pengelola situs *Shopee* dapat tercermin dari pemberian ganti rugi melalui pengembalian dana, perlindungan data pribadi, sarana pelaporan konsumen, tetapi *Shopee* juga memiliki batasan-batasan tanggung jawab.<sup>27</sup>

Junia Farma, jurnal ini membahas pemikiran Ibnu Taimiyah yang menjelaskan bahwa harga itu ditetapkan melalui kekuatan permintaan dan penawaran. Hanya dalam kasus di mana harga naik karena terjadinya ketidakadilan dan ketidaksetaraan mekanisme pasar, maka pemerintah boleh ikut campur dalam menetapkan harga. Tetapi, jika naik/turunnya harga berjalan secara alamiah dalam kondisi normal, pemerintah sama sekali tidak memiliki otoritas menetapkan harga.<sup>28</sup>

Dari beberapa penelitian diatas, penulis bisa menarik kesimpulan bahwa harga dan promosi sangat berpengaruh terhadap minat pembeli, dan harga juga tidak berpengaruh bagi orang yang ingin mendapatkan barang tersebut secara original. Dan Pemerintah juga menetapkan tentang perlindungan konsumen, sehingga konsumen mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen yang dilindungi oleh pemerintah.

---

<sup>27</sup> Serenia, Ruth. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja Online *Shopee*." (2019). Diakses, 22 November 2019

<sup>28</sup> Farma, Junia. "Mekanisme Pasar dan Regulasi Harga: Telaah Atas Pemikiran Ibnu Taimiyah." *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 13.2 (2018): hlm. 182-193. Diakses 22 November 2019

Harga juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap barang yang akan dibelinya. Harga yang tidak sesuai dengan harga barang yang akan dibelinya, atau harga ditempat lain jauh lebih murah dengan toko yang dia tuju, membuat konsumen tersebut membatalkan jual belinya.

Hukum tentang penetapan harga sudah dibentuk oleh pemerintah, hanya saja peraturan tersebut tidak bejalan 100%, masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang hukum negara, sehingga masyarakat kecil selalu menjadi korban penguasa.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah: penelitian sebelumnya hanya terfokuskan dengan penetapan harga dan perlindungan konsumen tanpa menggabungkan dengan undang-undang penetapan harga. Hal ini, menjadikan penulis tertarik untuk membuat tesis dengan judul penerapan harga menurut Imam Yahya bin Umar dalam kitabnya *Ahkam al-Suq* dan relevansinya terhadap undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga .

#### **H. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Seorang peneliti harus menguasai teori teori ilmiah sebagai dasar menyusun kerangka pemikiran yang membuahakan hipotesis. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berfikir adalah model koseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor

yang telah di identifikasikan sebagai hal yang penting jadi dengan demikian bahwa kerangka penelitian adalah sebuah pemahanan atau konsep yang peneliti kuasai sebagai pedoman dan alur yang menyimpulkan hipotesis secara konseptual. Kerangka pemikiran akan mempermudah pemahaman dalam mencermati arah-arrah pembahasan dalam penelitian ini yang disertai dengan paradigma penelitian untuk memberikan gambaran yang lebih rinci dan jelas antara keterkaitan variabel penelitian yang dilakukan.

Faktor harga sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen, dengan harga yang terjangkau, harga bersaing dan harga sesuai kualitas yang diberikan oleh perusahaan dapat menjadi sarana dalam keputusan pembelian konsumen. hal ini dikarenakan dewasa ini persaingan semakin ketat dan konsumen semakin kritis dalam memilih produk, konsumen cenderung akan membandingkan harga dalam melakukan keputusan pembelian. Bila produsen menginginkan agar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat meningkat produsen perlu memahami kepekaan konsumen terhadap harga, sebab setiap konsumen memiliki kepekaan yang berbeda-beda terhadap harga setiap melakukan pembelian, konsumen akan mengharapkan bahwa harga yang ditetapkan produsen dapat terjangkau dan sesuai keinginannya. Membeli suatu produk konsumen pada awalnya mengidentifikasi dirinya ingin membeli produk yang seperti apa. Lalu konsumen tersebut mencari informasi yang dibutuhkan dan mencocokkan dengan kebutuhannya. Setelah itu barulah ia melakukan keputusan untuk membeli berdasarkan kebutuhannya.

Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.<sup>29</sup>

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang konsumen ingin dan mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang penjual bersedia menawarkan barang atau jasa pada berbagai tingkat harga.

Menurut pandangan Imam Yahya bin Umar mengenai konsep *tas'ir*, beliau menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian terhadapnya akan dapat menimbulkan kerusakan dalam masyarakat, dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga harus tunduk pada kaidah-kaidah.<sup>30</sup>

Dalam konsep harga yang setara atau adil Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni

---

<sup>29</sup> Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam; Bank Indonesia. *Ekonomi Islam* / ditulis oleh Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam ( P3EI ) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia. Jakarta RajaGrafindo Persada, 2008; 2019. Hlm. 332.

<sup>30</sup> Adiwarmam Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 288.

pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran, dalam mendefinisikan harga yang setara, Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut.

Menurut pandangan Imam Al-ghazali mengenai konsep permintaan dan penawaran dalam permasalahan penentuan harga, beliau menyatakan bahwa pengurangan keuntungan dengan mengurangi harga akan menyebabkan peningkatan permintaan dan penjualan.

Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran tersebut, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.<sup>31</sup>

*Equilibrium price* (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli, Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.<sup>32</sup>

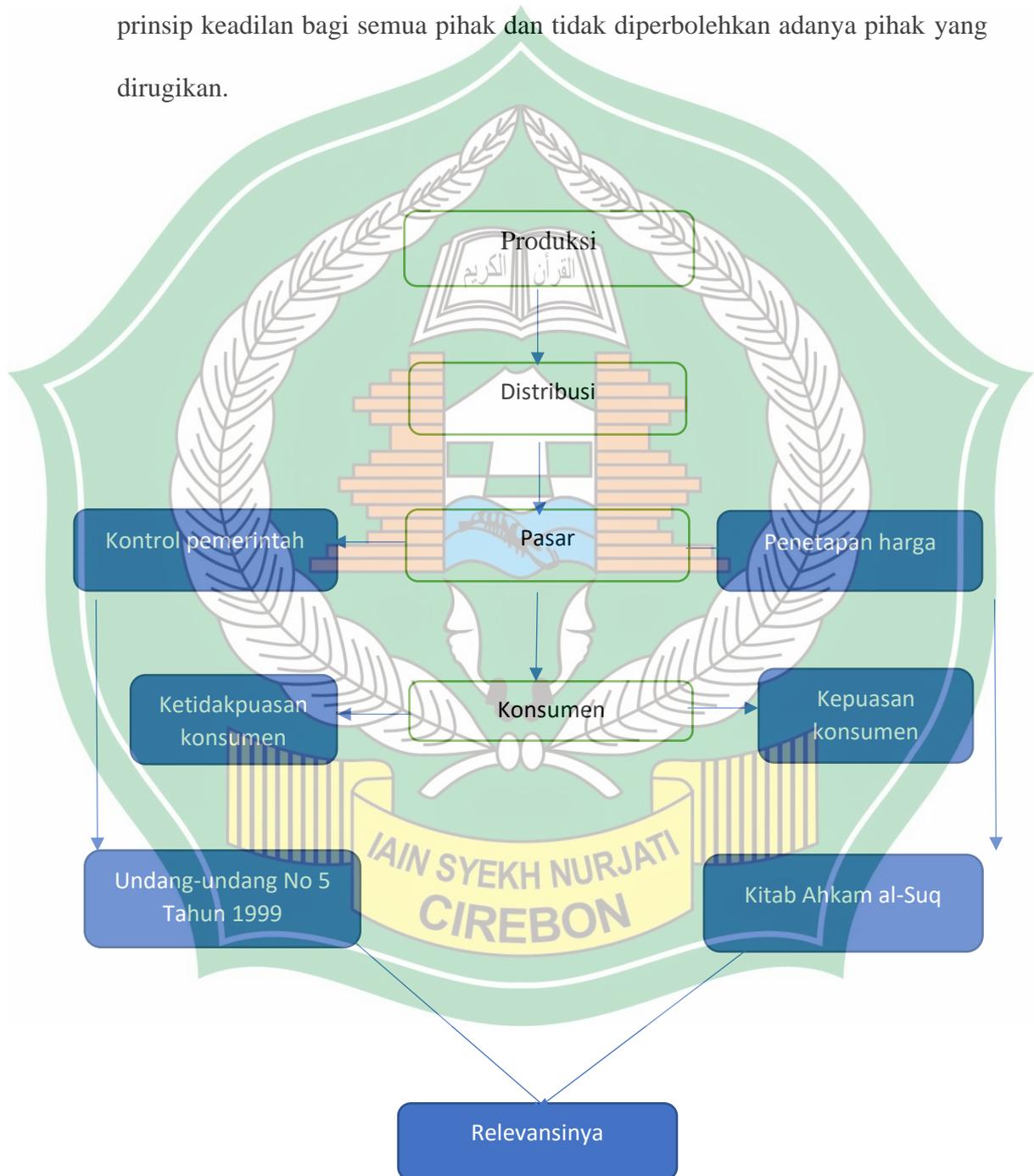
Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan, sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen.

---

<sup>31</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 56.

<sup>32</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), hlm. 88.

Pada dasarnya, penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan harus bersandarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.



## I. Metodologi Penelitian

### 1. Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penulisan tesis ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>33</sup> Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami sebuah fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.

Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrument kunci. Oleh karena itu peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Hakikat penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya, mendekati atau berinteraksi dengan orang-orang yang berhubungan dengan fokus penelitian dengan tujuan mencoba memahami, menggali pandangan dan pengalaman mereka untuk mendapat informasi atau data yang diperlukan.

---

<sup>33</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 4

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini dengan menggunakan pendekatan penelitian kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah yang pada dasarnya tertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan.

Sebelum melakukan telaah bahan pustaka, peneliti harus mengetahui terlebih dahulu secara pasti tentang dari sumber mana informasi ilmiah itu akan diperoleh. Adapun beberapa sumber yang digunakan antara lain; buku-buku teks, jurnal ilmiah, referensi statistik, hasil-hasil penelitian dalam bentuk skripsi, tesis, disertasi, dan internet, serta sumber-sumber lainnya yang relevan.<sup>34</sup>

## **2. Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data penelitian ini diambil dari sumber data, yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data, sedangkan isi catatan subjek penelitian atau variable penelitian.<sup>35</sup>

Dalam penulisan tesis ini sumber data yang akan peneliti gunakan yaitu :

---

<sup>34</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 32

<sup>35</sup> Suharsimi Arikuntoro, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 26

#### a. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber-sumber yang memberikan data secara langsung dari tangan pertama atau merupakan sumber asli.<sup>36</sup> Dalam tesis ini sumber primer yang dimaksud adalah Al-Qur'an, Al-Hadist, kitab *Ahkamu As-Suq* karya tulis Imam Yahya bin Umar, dan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Penetapan Harga.

#### b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber-sumber yang diambil dari sumber yang lain yang tidak diperoleh dari sumber primer. Dalam tesis ini sumber-sumber sekunder yang dimaksud adalah buku-buku lain berupa: buku, artikel, jurnal, atau berupa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan pokok kajian ini yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi pokok bahasan tesis ini.

### 3. Teknik Analisa Data

Setelah keseluruhan data terkumpul maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga ditarik suatu kesimpulan. Untuk memperoleh hasil yang benar dan tepat dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis isi. Analisis isi (*Content Analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak di media massa.

---

<sup>36</sup> Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), Cet. IV, hlm. 150.

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisa semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan dokumentasi yang lainnya.<sup>37</sup> Sedangkan kaitannya dengan pembahasan yaitu sebagai salah satu upaya penulis dalam memudahkan pemahaman dengan cara menganalisa kebenarannya melalui pendapat para ulama yang kemudian diambil makna dan intisari dari pendapat

#### J. Sistematika Penulisan

Sebagai langkah selanjutnya dari penyusunan tesis ini yaitu tentang pembahasan sistematika penulisan yang terdiri dalam lima bab antara bab satu dengan bab-bab berikutnya merupakan rangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Untuk mendapatkan gambaran mengenai isi tesis ini penulis akan menguraikan sistematika pembahasannya, yaitu :

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan yang berkaitan dengan judul tesis.

Bab II Pembahasan, bab ini menguraikan tentang pengertian harga dan pentingnya harga, tujuan *tas'ir*, pendapat ulama tentang *tas'ir*, kondisi dan syarat dibolehkan *tas'ir*, prosedur *tas'ir*, dan batas keuntungan yang ideal.

---

<sup>37</sup> Afifudin, Et.al, *Metodeologi Penelitian Kualitatif* ( Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 165.

Bab III Metode Pemikiran, Pada bab ini menguraikan biografi penulis Yahya bin Umar serta pemikirannya tentang *tas'ir* dalam kitabnya Ahkam al-Suq dan karya tulis Yahya bin Umar.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini membahas tentang substansi pemikiran Yahya bin Umar dan relevansinya dengan undang-undang penetapan harga di Indonesia.

Bab V Penutup dan Kesimpulan, pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari isi tesis dan saran-saran yang berkaitan dengan judul tesis.

