
AL-MANSYUR

JURNAL EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH

E-ISSN: 2809-3224;

e-mail: almansyur@stainumalang.ac.id

KENAIKAN HARGA BERAS PADA KONSEP MEKANISME PASAR PRESPEKTIF IBNU TAIMIYAH

Alfiina Rohmatil Aliyah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kec. Kota,
Kota Kediri, Jawa Timur 64127
e-mail: alfinarohmatila@gmail.com

Moh Habib Hakiki

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kec. Kota,
Kota Kediri, Jawa Timur 64127
e-mail: mohhabibhakiki@gmail.com

Ali Samsuri

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kec. Kota,
Kota Kediri, Jawa Timur 64127
e-mail: alisamsuri@iainkediri.ac.id

Abstrak: Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, konsumsi beras masyarakat Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. *Institute for Development of Economics and Finance* (Indef) menilai penurunan produksi beras yang menyebabkan lonjakan harga tak terlepas dari dampak perubahan iklim. Produksi beras dalam jangka panjang pun bisa terancam. Adapun efek dari perubahan iklim global menjadi penyebab awal yang membuat harga beras melonjak. Tujuan ditulis artikel ini untuk melihat pandangan Ibnu Taimiyah mengenai peningkatan harga beras dilihat dari konsep mekanisme pasar pemikiran beliau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis yang digunakan secara deskriptif. Data yang digunakan berasal dari data sekunder,

dari buku, artikel jurnal dan website. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pemikiran Ibnu Taimiyah relevan dengan perekonomian saat ini, terkait Apabila orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa disertai dengan kezaliman dan harga-harga mengalami kenaikan sebagai konsekuensi dari penurunan jumlah barang (*qillah al-syai*), atau peningkatan jumlah penduduk (*katsrah al-khalq*), hal ini disebabkan oleh Allah Swt. Kenaikan harga beras pada tahun 2023 yang secara signifikan disebabkan oleh faktor iklim, dan penutupan ekspor negara India. Sehingga menyebabkan kurangnya persediaan atau *supply* dari petani, sedang permintaan pasar terhadap beras, sehingga terjadi sebuah kenaikan harga beras. Hal tersebut merupakan sunnatullah untuk menunjukkan mekanisme pasar yang bersifat impersonal. Sedang faktor alam yang mempengaruhi kenaikan harga beras menurut Ibnu Taimiyah yaitu: keinginan masyarakat, jumlah para peminat, lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang terhadap kebutuhan, kualitas pembeli, besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual.

Kata kunci: Harga Beras, Mekanisme Pasar, Ibnu Taimiyah

Abstract: Rice is a staple food for most Indonesian people. In fact, Indonesian people's consumption of rice is increasing every year along with the increase in Indonesia's population. The Institute for Development of Economics and Finance (Indef) assesses that the decline in rice production which has caused price increases cannot be separated from the impact of climate change. Rice production in the long term could also be threatened. The effects of global climate change are the initial cause that makes rice prices soar. The purpose of writing this article is to see Ibn Taymiyah's views regarding increasing rice prices from the perspective of his market mechanism. This research uses a qualitative approach. The analysis used is descriptive. The data used comes from secondary data, from books, journal articles and websites. The results of this research explain that Ibn Taimiyah's thoughts are relevant to the current economy, regarding when people sell their merchandise in a way that is generally accepted without being accompanied by injustice and prices increase as a consequence

of a decrease in the number of goods (qillah al-syai), or an increase in population (katsrah al-khalq), this is caused by Allah SWT. The significant increase in rice prices in 2023 is due to climate factors and the closure of Indian exports. This causes a lack of inventory or supply from farmers, while market demand for rice results in an increase in rice prices. This is sunnatullah to show that market mechanisms are impersonal. Meanwhile, natural factors that influence the increase in the price of rice according to Ibn Taimiyah are: people's desires, the number of interested people, weak or strong demand for an item, the quality of buyers, the size of the costs that must be incurred by producers or sellers.

Key Words: Rice Prices, Market Mechanisms, Ibn Taymiyah

A. Pendahuluan

Semenjak terjadinya krisis di pertengahan tahun 1997, Indonesia mengalami berbagai persoalan fundamental seperti terpuruknya perekonomian, ditutupnya berbagai industri, meningkatnya pengangguran, serta membumbungnya harga barang dan pangan. Situasi ini diperburuk oleh adanya ketidakpastian sebagai respon terhadap era reformasi yang sedang mencari bentuknya dalam tatanan baru di berbagai bidang.

Dalam kegiatan perekonomian, harga merupakan instrumen penting dalam kegiatan jual beli, dimana ketika harga yang ditawarkan tersebut wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka terjadilah keadilan harga. Jika harga tersebut ditetapkan dengan cara yang bathil akibat syahwat mencari keuntungan yang sebanyak banyaknya maka yang terjadi disini adalah ketidakadilan harga.¹

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, konsumsi beras masyarakat Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia.

Berdasarkan Data BPS Produksi Padi dan Beras Menurut Provinsi Tahun 2023, Jawa Timur menjadi provinsi penghasil padi terbanyak dari seluruh provinsi di Indonesia. Jawa Timur, mampu menghasilkan 9,59 juta ton gabah kering giling (GKG) pada 2023. Di urutan kedua, Jawa Tengah menyusul dengan produksi padi sebesar 9,09 juta ton

¹ Fasiha, "Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah". Dalam: *Jurnal Al-Amwal*. Vol.: 1, hlm: 105-113

GKG. Kemudian, urutan ketiga yang memiliki angka produksi padi tinggi berada di Jawa Barat sebesar 9,06 juta ton GKG.

Beras merupakan kebutuhan pokok warga Indonesia, dengan dilihat dalam keseharian seluruh lapisan warga Indonesia mayoritas mengkonsumsi beras dalam sehari-hari. Namun beberapa bulan ini, harga beras mengalami kenaikan, dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1
Rata-rata harga beras bulan Mei-September 2023

Bulan	Premium	Medium	Luar Kualitas
Mei	11.623,61	11.005,56	10.428,81
Juni	11.525,14	11.079,92	10.315,48
Juli	11.537,44	11.120,58	10.302,59
Agustus	11.754,39	11.474,96	10.525,23
September	12.900,47	12.685,36	11.745,50

Sumber data: Badan Pusat Statistik (2023)

Pada tabel diatas, terlihat kenaikan harga beras yang meningkat setiap bulannya. *Institute for Development of Economics and Finance* (Indef) menilai penurunan produksi beras yang menyebabkan lonjakan harga tak terlepas dari dampak perubahan iklim. Produksi beras dalam jangka panjang pun bisa terancam. Bahkan pada bulan mei sampai bulan oktober saat ini, harga beras masih pada titik diatas 12.000 rupiah bahkan dipasaran beras bramo mencapai Rp. 14.000 – Rp. 15.000. sedangkan eras 64 dan serang Rp. 12.500 – Rp. 13.500 per kilonya.

Adapun efek dari perubahan iklim global menjadi penyebab awal yang membuat harga beras melonjak. Kenaikan suhu bumi mencapai 1,5 derajat Celsius dalam 120 tahun terakhir dan diperkirakan terus meningkat hingga dua derajat Celsius. Dalam hal ini tidak lepas dari permasalahan mekanisme pasar atau proses penentuan harga melalui penawaran dan permintaan. Namun, meningkatnya harga beras akan menurunkan pendapatan riil masyarakat (konsumen beras). Hal ini dapat berpengaruh terhadap pola pengeluaran keluarga terutama keluarga pra sejahtera yang pendapatannya terbatas. Posisi beras sebagaimana makanan pokok biasanya akan diutamakan pemenuhannya sebelum kebutuhan yang lain.

Perkembangan sejarah terkait ekonomi khususnya mekanisme pasar tidak lepas dari pemikiran-pemikiran cendekiawan muslim dunia, salah satunya yaitu Ibnu Taimiyah (661-728 H). Ia mengatakan bahwa: “Naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh

kezaliman orang-orang tertentu. Terkadang, hal tersebut disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Oleh karena itu, apabila permintaan naik dan penawaran turun, harga-harga naik. Di sisi lain, apabila persediaan barang meningkat dan permintaan terhadapnya menurun, harga pun turun. Kelangkaan atau kelimpahan ini bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu. Ia bisa jadi disebabkan oleh sesuatu yang tidak mengandung kezaliman, atau terkadang, ia juga bisa disebabkan oleh kezaliman. Hal ini adalah kemaha-kuasaan Allah manusia.”²

Berdasarkan problematika terkait peningkatan harga beras yang merupakan kebutuhan pokok ini, penulis tertarik untuk mengkaji terkait pandangan ekonomi Islam tentang mekanisme pasar. Dalam hal ini penulis mengerucutkan pada pemikiran konsep mekanisme pasar prespektif Ibnu Taimiyah.

B. Landasan Teori

1. Mekanisme Pasar dan Harga

Mekanisme pasar adalah suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari kekuatan permintaan dan penawaran. Definisi mekanisme pasar yang lain yaitu kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga hingga pasar menjadi seimbang (jumlah penawaran sama dengan jumlah permintaan). Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Ibnu Taimiyah menepatkan kebebasan pada tempat yang paling tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau juga memberikan batasan-batasan. Batasan yang dimaksud adalah tidak bertentangan dengan *shari'ah* Islam dan tidak menimbulkan kerugian, baik bagi diri sendiri maupun orang lain, sehingga tidak terjadi konflik kepentingan.³

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya.⁴

² Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)

³ Viethzal Rival, *Islamic Marketing*, (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012)

⁴ Rozalinda, *Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (PT. Raja Grafindo Persada, 2016)

Harga memainkan peran strategi dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau total manfaat yang diterima (*customer value*) menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Seperti halnya elemen-elemen bauran pemasaran lainnya, bila dipergunakan secara tepat, maka harga dapat menjadi senjata strategi untuk bersaing secara efektif. Harga dapat disesuaikan atau diubah secara dramatis, tergantung apa yang ingin dicapai. Kendati demikian, penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.⁵

Penetapan harga merupakan masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Bauran pemasaran adalah sebuah strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan angka penjualan, sedangkan penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun nonprofit. Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Adapun indikator dalam penetapan harga yaitu:⁶

1. Berdasarkan permintaan, dimana harga estimasi volume penjualan yang dapat dijual berdasarkan pada pasar tertentu dengan harga tertentu.
2. Berdasarkan persaingan, sebagai pesaing titik tolak penetapan harga bisa ditetapkan sama, diatas atau dibawah pesaing.
3. Berdasarkan kebutuhan konsumen, dimana pemasar menentukan harga yang menyediakan nilai maksimal kepada pelanggan, sehingga pelangganlah yang menentukan dan sebagai titik tolak penetapan harga.

Adapun Metode penetapan harga produk yaitu sebagai berikut:

1. Pendekatan Permintaan dan Penawaran (*Supply Demand Approach*); Harga ditentukan dari tingkat keseimbangan permintaan dan penawaran yang ada (*equilibrium price*) dengan cara mencari harga yang mampu dibayar konsumen dan harga yang diterima produsen sehingga terbentuk jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan kepada konsumen.
2. Pendekatan Biaya (*Cost Oriented Approach*); Harga ditentukan dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan produsen dengan

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Andi, 2015)

⁶ Azmiani Batubara & Rahmat Hidayat, "Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlens". Dalam: *Jurnal Ilman*, vol.: 4, No.: 1, hlm: 33-46

tingkat keuntungan yang diinginkan baik dengan markup pricing ataupun dengan break even analysis.

3. Pendekatan Pasar (*Market Approach*); Harga ditentukan berdasarkan produk yang akan dipasarkan dengan cara menghitung variabel-variabel yang mempengaruhi pasar dan harga seperti situasi dan kondisi politik, persaingan, sosial budaya, dan lain-lain.

2. Pemikiran Ibnu Taimiyah

Nama lengkapnya adalah Taqi al-Din Ahmad bin Abd. al-Halim bin Abd. Salam bin Taimiyah. Ia lahir di Harran 22 Januari 1263 M (10 Ra- biul Awwal 661 H). Ayahnya Abdal-Halim, pamannya Fakhruddin dan kakeknya Majduddin merupakan ulama besar dari Mazhab Hambali. Pada masa mudanya ia mengungsi karena penyerbuan suku Mongol dan tiba di Damaskus bersama orangtuanya pada 1268 M. Pada waktu itu ia hampir berusia enam tahun. Pada tahun 1282 M ketika ayahnya meninggal Ibnu Taimiyah menggantikan kedudukan sang ayah sebagai guru besar hukum Hambali dan memegang jabatan ini selama 17 tahun.⁷

Berkat kecerdasan dan kegeniusannya, Ibnu Taimiyah yang masih berusia sangat muda telah mampu menamatkan sejumlah mata pelajaran, seperti tafsir, Hadis, fikih, matematika, dan filsafat, serta berhasil menjadi yang terbaik di antara teman-teman sepegurannya. Guru Ibnu Taimiyah berjumlah 200 orang, di antaranya Syamsuddin al-Magdisi, Ahmad bin Abu al-Khair, Ibn Abi al-Yusr, dan al-Kamal bin Abdul Majd bin Asakir. Ketika berusia 17 tahun, Ibnu Taimiyah telah diberi kepercayaan oleh gurunya, Syamsuddin al-Maqdisi, untuk mengeluarkan fatwa. Pada saat yang bersamaan, ia juga memulai kiprahnya sebagai seorang guru. Kedalaman ilmu Ibnu Taimiyah memperoleh penghargaan dari pemerintah pada saat itu dengan menawarinya Jabatan kepala kantor pengadilan, namun beliau menolak penghormatan tersebut.

Penghormatan yang begitu besar yang diberikan masyarakat dan pemerintah kepada Ibnu Taimiyah membuat sebagian orang merasa ini dan berusaha untuk menjatuhkan dirinya. Sejarah mencatat bahwa sepanjang hidupnya, Ibnu Taimiyah telah menjalani masa tahanan sebanyak empat kali akibat himah yang dilontarkan para penentangannya.⁸

⁷ Qodariah Barakah, Umari, Zull Fitriani, *Sejarah Pemikiran ekonomi Islam*, (PT. Rajagrafindo Persada, 2016)

⁸ Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi*, (Pustaka Setia, 2010)

Selama dalam tahanan, Ibnu Taimiyah tidak pernah berhenti untuk menulis dan mengajar. Bahkan, ketika penguasa mencabut haknya untuk menulis dengan cara mengambil pena dan kertasnya, ia tetap menulis dengan menggunakan batu arang. Ibnu Taimiyah meninggal dunia di dalam tahanan pada tanggal 26 September 1328 M (20 Dzul Qaidah 728 H) setelah mengalami perlakuan yang sangat kasar selama lima bulan.

Pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah banyak diambil dari berbagai karya tulisannya, antara lain *Majmu' Fatwa Syaikh al-Islam, as-Siyasah as-Syar'iyah fi Islah ar-Ra'iyah dan al-Hisbah fi al-Islam*.⁹

Ibnu Taimiyah mengemukakan banyak pemikiran mengenai ekonomi, seperti mekanisme pasar, harga yang adil, dan riba. amun yang akan penulis bahas disini mengenai pemikirannya dalam mekanisme pasar. Dimana Ibnu Taimiyah memiliki sebuah pemahaman yang jelas tentang bagaimana dalam suatu pasar bebas, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, ia mengemukakan bahwa:¹⁰

“Naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh kezaliman orang-orang tertentu. Terkadang, hal tersebut disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Oleh karena itu, apabila permintaan naik dan penawaran turun, harga-harga naik. Di sisi lain, apabila persediaan barang meningkat dan permintaan terhadapnya menurun, harga pun turun. Kelangkaan atau kelimpahan ini bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu. Ia bisa jadi disebabkan oleh sesuatu yang tidak mengandung kezaliman, atau terkadang, ia juga bisa disebabkan oleh kezaliman. Hal ini adalah kemaha-kuasaan Allah manusia”

Pernyataan Ibnu Taimiyah di atas menunjuk pada apa yang kita kenal sekarang sebagai perubahan fungsi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*), yakni ketika terjadi peningkatan permintaan pada harga yang sama dan penurunan persediaan pada harga yang sama atau, sebaliknya, penurunan permintaan pada harga yang sama dan pertambahan persediaan pada harga yang sama. Apabila terjadi penurunan persediaan yang disertai dengan kenaikan permintaan, harga-harga dipastikan akan mengalami kenaikan, dan begitu pula sebaliknya.¹¹

⁹ Adiwarman Azwar Karim, *Op. Cit.*

¹⁰ Q. Azizah, “Konsep Tauhid Ibnu Taimiyah dan Pengaruhnya Terhadap Pembaharuan Pemikiran Islam”. Dalam: *Aqlina: Jurnal Filsafat dan Teologi Islam*, vol.: 12, No.: 2, hlm.: 181-197

¹¹ D. Anita, “Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah terhadap Regulasi Harga di Indonesia”. Dalam: *Jurnal Pemikiran Islam*, vol.: 3, No.: 1, hlm: 39-64

Namun demikian, kedua perubahan tersebut tidak selamanya beriringan. Ketika permintaan meningkat sementara persediaan tetap, harga-harga akan mengalami kenaikan. Ibnu Taimiyah menjelaskan,

"Apabila orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa disertai dengan kezaliman dan harga-harga mengalami kenaikan sebagai konsekuensi dari penurunan jumlah barang (*qillah al-syai*), atau peningkatan jumlah penduduk (*katsrah al-khalq*), hal ini disebabkan oleh Allah Swt."¹²

Dalam pernyataannya tersebut, Ibnu Taimiyah menyebut kenaikan harga terjadi karena penurunan jumlah barang atau peningkatan jumlah penduduk. Penurunan jumlah barang dapat disebut juga sebagai penurunan persediaan (*supply*), sedangkan peningkatan jumlah penduduk dapat disebut juga sebagai kenaikan permintaan (*demand*). Suatu kenaikan harga yang disebabkan oleh penurunan *supply* atau kenaikan *demand* dikarakteristikkan sebagai perbuatan Allah untuk menunjukkan mekanisme pasar yang bersifat impersonal.¹³

Kutipan di atas juga mengindikasikan bahwa ketika menganalisis implikasi perubahan *supply* dan *demand* terhadap harga, Ibnu Taimiyah tidak memerhatikan pengaruh tingkat harga terhadap tingkat *demand* dan *supply*. Lebih jauh, ia mengemukakan bahwa penetapan harga yang dilakukan pemerintah dengan cara menghilangkan keuntungan para pedagang akan menyebabkan terjadinya kerusakan harga, menyembunyikan barang oleh para pedagang serta rusaknya kesejahteraan masyarakat. Dengan kata lain, kebijakan pemerintah yang demikian dapat menyebabkan hilangnya persediaan barang-barang dari peredaran. Ibnu Taimiyah menyadari bahwa persediaan barang-barang yang semakin menipis akan mengakibatkan jatuhnya harga secara drastis. Oleh karena itu, ia begitu teliti dalam mengamati hubungan langsung antara harga dengan *supply* yang ada.

3. Faktor yang mempengaruhi Permintaan menurut Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang memengaruhi permintaan serta konsekuensinya terhadap harga, yaitu:¹⁴

¹² Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah fi Al-Islam aw Al-Wadhifah al-Hukumah Al-Islamiyyah*, (Beirut: Daar Al-Sha'b, 1976)

¹³ Q. Azizah, *Op. Cit.*

¹⁴ Ibnu Taimiyah, *Op. Cit.*

1. Keinginan masyarakat (*raghbah*) terhadap berbagai jenis barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Perubahan ini sesuai dengan langka atau tidaknya barang-barang yang diminta. Semakin sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati oleh masyarakat.
2. Jumlah para peminat (*tullab*) terhadap suatu barang, Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang semakin banyak, harga barang tersebut akan semakin meningkat dan begitu pula sebaliknya.
3. Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang serta besar atau kecilnya tingkat dan ukuran kebutuhan. Apabila kebutuhan besar dan kuat, harga akan naik. Sebaliknya, jika kebutuhan kecil dan lemah, harga akan turun.
4. Kualitas pembeli. Jika pembeli adalah seorang yang kaya dan terpercaya dalam membayar utang, harga yang diberikan lebih rendah. Sebaliknya, harga yang diberikan lebih tinggi jika pembeli adalah seorang yang sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran utang serta mengingkari utang.
5. Jenis uang yang digunakan dalam transaksi. Harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang yang umum dipakai (*naqd ra'ij*) daripada uang yang jarang dipakai.
6. Tujuan transaksi yang menghendaki adanya kepemilikan resiprokal di antara kedua belah pihak. Harga suatu barang yang telah tersedia di pasaran lebih rendah daripada harga suatu barang yang belum ada di pasaran. Begitu pula halnya harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai daripada pembayaran dilakukan secara angsuran.
7. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh produsen atau penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitu pula sebaliknya.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Secara umum penelitian kualitatif sebagai metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih

komprehensif.¹⁵ Kemudian analisis deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Adapun definisi deskriptif, merupakan yang menggunakan penggambaran secara sistematis, faktual dan akurat yang mengenai fakta-fakta yang sifat populasinya dan hubungannya antara dengan fenomena yang sedang diteliti oleh peneliti.¹⁶

Dalam penulisan ini data yang diambil adalah data sekunder, yaitu data-data yang telah ada. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Penelitian ini menggunakan studi literatur, yang memperoleh data dari berbagai sumber seperti, buku, artikel ilmiah, website resmi, dan laporan data objek yang diteliti. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Dari literatur yang diperoleh, akan dianalisis dengan berpedoman pada data-data yang sudah penulis peroleh.

D. Pembahasan

1. Faktor Kenaikan Harga Beras

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, konsumsi beras masyarakat Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. Harga beras terpantau masih melanjutkan kenaikan pada tahun 2023. Menurut Deputy Gubernur Bank Indonesia Aida S Budiman, kenaikan harga beras saat ini dipengaruhi musim dan fenomena iklim El Nino.

Dikatakan bahwa memang baru mulai musim tanam dan panen yang sekarang ini itu musim panen gadu. Lalu ada El Nino yang sedikit mengalami perpanjangan. Indeks El Nino yang terjadi saat ini sebenarnya masih tetap lemah. Hanya saja, El Nino diprediksi berlangsung lebih lama dari prakiraan awal.(CNBC Indonesia, 2023) Pemerintah harus tetap waspada. Dengan melihat cadangan beras pemerintah (CBP), saat rapat koordinasi pengendalian inflasi, Presiden mengatakan ada 1,6 juta ton dan akan datang lagi 400 ribu ton. Jadi terdapat 2 juta ton CBP negara. Dan, dalam 3 bulan ini,

¹⁵ Sugiyono, *Metodologi Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & R & D*, (CV. Alfabeta, 2015)

¹⁶ Mukti Fajar, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)

September, Oktober, dan November ada bansos beras. Yang diharapkan bisa membantu menurunkan harga.

Bank Indonesia juga menggelar Gerakan Nasional Pengendalian Inflasi Pangan (GNPIP) di seluruh kantor perwakilan Bank Indonesia, bekerja sama dengan Kemendagri, Perum Bulog, dan pemerintah daerah

Produksi pada sembilan bulan pertama, merujuk data BPS, diproyeksikan 25,64 juta ton GKG (gabah kering giling). Kendati data Juli-September 2023 masih proyeksi, yakni berdasarkan luas tanam, angka tersebut turun dibandingkan sembilan bulan pertama 2022 yang tercatat 26,17 juta ton GKG.

Kemudian, pada periode yang sama (Januari 2023-September 2023) konsumsi beras nasional diproyeksikan meningkat, yakni mencapai 22,89 juta ton. Menurut data BPS, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan konsumsi beras selama sembilan bulan pertama 2022 yang mencapai 22,62 juta ton.

Adapun faktor lainnya yang terus mendorong kenaikan harga beras. Dinamika global yang tecermin dari kebijakan negara-negara eksportir beras yang cenderung restriktif. Salah satunya India, keputusan India saat menutup ekspor beras non-basmati pada bulan Juli lalu berdampak pada kenaikan harga beras, terutama negara-negara yang selama ini tergantung pada beras impor dari India.

2. Kenaikan Harga Beras Pada Konsep Mekanisme Pasar Prespektif Ibnu Taimiyah

Permasalahan kenaikan harga beras yang dijelaskan penulis di atas, terdapat kesesuaian dengan pemikiran salah satu tokoh ekonomi Islam. Ketika permintaan meningkat sementara persediaan tetap, harga-harga akan mengalami kenaikan. Dalam hal ini Ibnu Taimiyah menjelaskan:

"Apabila orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa disertai dengan kezaliman dan harga-harga mengalami kenaikan sebagai konsekuensi dari penurunan jumlah barang (*qillah al-syai*), atau peningkatan jumlah penduduk (*katsrah al-khalq*), hal ini disebabkan oleh Allah Swt."¹⁷

Dalam pernyataannya tersebut, jika direlevankan terhadap problema kenaikan harga beras beberapa waktu terakhir, tampaknya sesuai dengan pemikiran Ibnu Taimiyah. Dimana ia menyebut kenaikan harga terjadi karena penurunan jumlah barang atau peningkatan jumlah penduduk. Pada faktor diatas dijelaskan, bahwa beberapa bulan terakhir ini faktor penyebab kenaikan harga beras pertama

¹⁷ Ibnu Taimiyah, *Op. Cit.*

adalah fenomena musim dan iklim El Nino, dimana El Nino adalah fenomena pemanasan Suhu Muka Laut (SML) di atas kondisi normalnya yang terjadi di Samudera Pasifik bagian tengah. Pemanasan SML ini meningkatkan potensi pertumbuhan awan di Samudera Pasifik tengah dan mengurangi curah hujan di wilayah Indonesia. Sehingga terjadilah musim kemarau yang agak berkepanjangan.

El Nino juga merupakan fenomena alam yang dapat menimbulkan dampak signifikan terhadap sektor pertanian. Di sektor pertanian, El Nino bisa menjadi tantangan besar karena dapat mengganggu pola cuaca yang berdampak pada produksi pertanian dan kesejahteraan petani.

Fenomena El Nino sering dikaitkan dengan naiknya suhu dan penurunan curah hujan di beberapa wilayah. Situasi ini dapat menyebabkan kekeringan yang berkepanjangan, sehingga suplai air untuk pertanian juga bisa berkurang. Tanaman membutuhkan air yang cukup untuk tumbuh dengan baik. Kekurangan air dapat menghambat pertumbuhan tanaman dan mengurangi hasil panen petani.

Sehingga hal diatas menyebabkan penurunan jumlah beras yang diproduksi atau dapat disebut juga sebagai penurunan persediaan (*supply*), sedangkan peningkatan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin bertambah dengan beras sebagai kebutuhan pokok, atau dapat disebut juga sebagai kenaikan permintaan (*demand*). Oleh faktor tersebut, maka wajar apabila terjadi suatu kenaikan harga yang disebabkan oleh penurunan *supply* atau kenaikan *demand* dikarakteristikan sebagai perbuatan Allah untuk menunjukkan mekanisme pasar yang bersifat impersonal. Sehingga disisi lain kenaikan harga juga menguntungkan petani beras, dimana sebelum mengalami kenaikan harga dipasaran harga pupuk yang mahal tidak disertai dengan harga beras yang mahal. Ketika sekarang harga beras yang mahal, dan harga pupuk yang tetap mahal maka hal pengeluaran yang sebanding dengan pendapatan.

Pada faktor kedua penyebab kenaikan harga beras, yaitu kebijakan negara India menutup ekspor beras kepada negara-negara lain. Sehingga berdampak pada kenaikan harga beras, terutama negara-negara yang selama ini tergantung pada beras impor dari India. Otomatis akan mengkonsumsi beras yang ada didalam negeri, sehingga semakin menyebabkan banyaknya permintaan dan disertai dengan faktor iklim tadi. Tampaknya apabila terjadi kenaikan harga, merupakan suatu bentuk kesesuaian mekanisme pasar terhadap

penetapan harga dengan pemikiran tokoh islam Ibnu Taimiyah yang sudah dijelaskan diatas.

Berikut merupakan faktor penentu kenaikan harga prespektif Ibnu Taimiyah, yaitu:

1. Keinginan masyarakat, dimana keinginan masyarakat mendapatkan beras bukan merupakan sebuah kebutuhan sekedar keinginan, melainkan beras sudah menjadi makanan pokok.
2. Jumlah para peminat, dengan jumlah masyarakat Indonesia yang sekitar 250 juta dengan mayoritas makanan pokoknya adalah nasi, menjadi faktor penentu kenaikan sebuah harga dikarenakan banyaknya jumlah peminat beras di Indonesia
3. Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang terhadap kebutuhan, dikarenakan beras merupakan kebutuhan pokok maka sangatlah kuat nilai kebutuhan beras terhadap kehidupan masyarakat Indonesia.
4. Kualitas pembeli, mayoritas masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras baik dari kalangan masyarakat perekonomian menengah keatas, maupun menengah kebawah. Sehingga menarik banyaknya permintaan beras dipasaran yang menyebabkan kenaikan harga. Namun terlepas dari mayoritas terdapat masyarakat desa sebagian kecil memanfaatkan sumberdaya alami seperti ubi yang dijadikan *tiwul*, dan jagung yang dijadikan *ampok* sebagai makanan pokok.
5. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual, dalam hal ini biaya yang dikeluarkan produsen terhadap penanaman beras seperti kebutuhan pupuk memiliki harga yang mahal. Dapat dilihat ketika harga pasaran beras yang sedang turun, dengan harga pupuk yang mahal tidak berimbang maka para petani banyak mengalami kerugian. Sedang saat kenaikan harga beras dipasaran, dengan pupuk yang tetap sehingga saat ini menguntungkan petani beras.

E. Kesimpulan

Pemikiran Ibnu Taimiyah relevan dengan perekonomian saat ini, terkait Apabila orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa disertai dengan kezaliman dan harga-harga mengalami kenaikan sebagai konsekuensi dari penurunan jumlah barang (*qillah al-syai*), atau peningkatan jumlah penduduk (*katsrah al-khalq*), hal ini disebabkan oleh Allah Swt. Kenaikan harga beras pada tahun 2023 yang secara signifikan disebabkan oleh faktor iklim, dan penutupan ekspor negara India. Sehingga menyebabkan kurangnya persediaan atau *supply* dari

petani, sedang permintaan pasar terhadap beras, sehingga terjadi sebuah kenaikan harga beras. Hal tersebut merupakan sunnatullah untuk menunjukkan mekanisme pasar yang bersifat impersonal. Sedang faktor alam yang mempengaruhi kenaikan harga beras menurut Ibnu Taimiyah yaitu: keinginan masyarakat, jumlah para peminat, lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang terhadap kebutuhan, kualitas pembeli, besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual.

Saran penulis dalam upaya menanggulangi kenaikan harga beras, baiknya mengkonsumsi beras dengan sewajarnya agar tidak terjadi banyaknya permintaan pasar, mungkin bisa melihat sebagian kecil masyarakat desa dimana ia memanfaatkan sumberdaya alami seperti ubi yang dijadikan *tiwul*, dan jagung yang dijadikan *ampok* sebagai makanan pokok. Hal tersebut juga merupakan bentuk mengurangi banyaknya permintaan beras pada pasar.

Daftar Rujukan

- Abdullah, B., *Peradaban Pemikiran Ekonomi*, (Pustaka Setia, 2010)
- Anita, D., “Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah terhadap Regulasi Harga di Indonesia”. Dalam: *Jurnal Pemikiran Islam*, vol.: 3, No.: 1, hlm: 39-64
- Azizah, Q., “Konsep Tauhid Ibnu Taimiyah dan Pengaruhnya Terhadap Pembaharuan Pemikiran Islam”. Dalam: *Aqlina: Jurnal Filsafat dan Teologi Islam*, vol.: 12, No.: 2, hlm.: 181-197
- Barakah, Q., Umari, Z. F., *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- Batubara, A. & Hidayat, R., “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlens”. Dalam: *Jurnal Ilman*, vol.: 4, No.: 1, hlm: 33-46
- Fajar, M., *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Fasiha, “Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah”. Dalam: *Jurnal Al-Amwal*. Vol.: 1, hlm: 105-113
- Karim, A. A., *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)
- Rival, V., *Islamic Marketing*, (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012)
- Rozalinda, *Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (PT. Raja Grafindo Persada, 2016)
- Sugiyono, *Metodologi Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & R & D*, (CV. Alfabeta, 2015)
- Taimiyah, I., *Al-Hisbah fi Al-Islam aw Al-Wadhifah al-Hukumah Al-Islamiyyah*, (Beirut: Daar Al-Sha'b, 1976)
- Tjiptono, F., *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Andi, 2015)