

MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PANDANGAN AL-GHAZALI (STUDI PADA PEDAGANG SAYUR PASAR PANORAMA BENGKULU)

Ahmad Lio Saputra¹, Desi Isnaini² Makmur³

¹ Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; ahmadlio1922@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; desi_isnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id

³ Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; makmurreza11@gmail.com

Abstract

Keywords:

Price Mechanism;
Al-Ghazali;
Islamic Economy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya prinsip keadilan harga dalam perspektif Islam sebagaimana dikemukakan oleh Al-Ghazali, yang menekankan kejujuran, keterbukaan, dan keseimbangan dalam transaksi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan pemikiran Al-Ghazali tentang harga adil dalam praktik jual beli di Pasar Panorama Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melalui wawancara mendalam kepada enam pedagang dan dua pembeli, serta observasi langsung aktivitas pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang Pasar Panorama sudah menerapkan prinsip harga adil sesuai konsep Al-Ghazali, meskipun masih terdapat praktik tertentu yang dipengaruhi oleh kondisi pasar dan faktor keuntungan jangka pendek. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemikiran Al-Ghazali tetap relevan dalam konteks pasar tradisional, khususnya dalam menjaga keberkahan transaksi dan mencegah terjadinya ketidakadilan harga.

Abstrak

Kata kunci:
Mekanisme
Harga; Al-Ghazali;
Ekonomi Islam

This study is motivated by the importance of fair pricing in Islamic economics as emphasized by Al-Ghazali, who highlights honesty, transparency, and balance in market transactions. The research aims to explore the implementation of Al-Ghazali's concept of fair price in trading practices at Panorama Market, Bengkulu. This study employs a qualitative method with a phenomenological approach through in-depth interviews with six traders and two buyers, as well as direct observation of market activities. The findings reveal that most traders at Panorama Market apply fair pricing principles in line with Al-Ghazali's concept, although certain practices are still influenced by market conditions and short-term profit motives. The study concludes that Al-Ghazali's perspective remains relevant in traditional market contexts, particularly in maintaining transaction blessings and preventing price injustice.

Diajukan :
September 2025

Diterima :
Oktober 2025

Diterbitkan :
Oktober 2025

Corresponding Author: Ahmad Lio Saputra

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; ahmadlio1922@gmail.com

PENDAHULUAN

Islam sebagai agama yang bersumber dari al-Qur'an dan as-Sunnah mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Perekonomian merupakan bagian penting dari kehidupan manusia yang tidak terlepas dari tuntunan syariat. Kedudukan al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai sumber utama menjadikan Islam memiliki keistimewaan dalam memberikan pedoman ekonomi yang bermuara pada akidah Islam (Moh Mardi, 2021). Dalam konteks perdagangan, prinsip dasar Islam menekankan adanya kebebasan bertransaksi, namun tetap dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keridhaan Allah Swt, serta menolak praktik pemaksaan. Oleh karena itu, diperlukan sistem perdagangan yang bermoral agar tercipta keharmonisan dalam pasar.

Harga (*tsaman* dalam bahasa Arab, *price* dalam bahasa Inggris) dipahami sebagai nilai tukar yang disepakati dalam akad antara penjual dan pembeli secara sukarela (Riskhi, 2022). Dalam perspektif Islam, harga terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran yang berjalan alami, selama tidak ada paksaan, penindasan, ataupun praktik curang (Basari et al., 2024). Rasulullah SAW menolak penetapan harga secara paksa meskipun terjadi kenaikan, karena harga hakikatnya dipengaruhi oleh kondisi pasar, kecuali dalam situasi tertentu seperti penimbunan yang merugikan masyarakat di mana intervensi diperbolehkan. Mekanisme penetapan harga dapat melalui pasar, kebijakan pemerintah, atau keputusan penjual, namun semuanya harus berorientasi pada asas keadilan, kerelaan, serta kemaslahatan. Prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keseimbangan menjadi kunci agar harga yang terbentuk mencerminkan *qimah al-'adl* (harga yang adil) serta selaras dengan tujuan syariah dalam menciptakan keberkahan dan mencegah kerusakan dalam aktivitas ekonomi.

Penetapan harga merupakan aspek krusial dalam perdagangan karena berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan produk di pasar (Rijal, 2024). Harga tidak hanya menentukan laku tidaknya barang, tetapi juga menjadi satu-satunya unsur yang menghasilkan keuntungan bagi penjual (Afiq, 2025). Dalam praktiknya, harga dipengaruhi oleh faktor persaingan, kondisi ekonomi, distribusi, serta persepsi konsumen terhadap kualitas barang (A. Nur et al., 2024). Kesalahan dalam menentukan harga dapat berimplikasi fatal, baik bagi pedagang maupun konsumen. Oleh sebab itu, konsep harga adil dalam Islam perlu dikaji secara mendalam agar mampu menghadirkan keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli.

Lebih lanjut, mekanisme penetapan harga dapat dilakukan melalui interaksi pasar, kebijakan pemerintah, atau keputusan penjual, asalkan selalu mengacu pada prinsip moral Islam. Kejujuran, keterbukaan, dan keseimbangan menjadi pedoman agar harga yang terbentuk mencerminkan *qimah al-'adl* (harga yang adil), selaras dengan tujuan syariah dalam menciptakan keberkahan, mencegah kerusakan, dan menjaga kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, penentuan harga dalam perspektif Islam tidak hanya berdimensi ekonomi, tetapi juga etika, sosial, dan spiritual, menekankan bahwa perdagangan ideal adalah sarana untuk kemaslahatan bersama, bukan semata-mata keuntungan materi (Soumena et al., 2024).

Al-Ghazali sebagai ulama multidisiplin menaruh perhatian besar terhadap masalah ekonomi, khususnya dalam mekanisme pasar. Melalui konsep masalah, ia menekankan pentingnya kejujuran, transparansi, dan larangan terhadap praktik curang seperti penipuan, penimbunan, serta manipulasi harga (Rahman & Nahei, 2025). Baginya, harga yang adil adalah harga yang terbentuk secara alami melalui keseimbangan permintaan dan penawaran, tanpa intervensi yang merugikan salah satu pihak (Parakkasi & Kamiruddin, 2019). Pemikiran Al-Ghazali inilah yang menjadi relevan ketika dihadapkan dengan dinamika harga di pasar tradisional (Salsabila et al., 2020).

Sejalan dengan itu, Adiwarman Karim, juga menegaskan bahwa harga ditentukan oleh interaksi permintaan dan penawaran (Moh. Asep Zakariya Ansori et al., 2024). Dalam perspektif Islam, pertemuan tersebut harus berlangsung secara *tarāḍin* (rela sama rela), sehingga tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau dirugikan dalam transaksi. Dengan demikian, harga keseimbangan ideal adalah harga yang mencerminkan kerelaan dua pihak, bebas dari penipuan, pemaksaan, maupun ketidakadilan, sehingga sejalan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam Islam (Rahman & Nahei, 2025).

Pasar Panorama Kota Bengkulu berdiri sejak 1982 dan berkembang dari pasar mingguan dan terminal menjadi pusat perdagangan harian. Pada 1995 mulai dibangun ruko untuk menampung aktivitas pedagang, sementara pembangunan pasar percontohan dilakukan bertahap pada 2011–2012 dengan dukungan Kementerian Perdagangan. Pasar yang menempati lahan seluas 3,2 hektar ini memiliki 1.662 unit kios dan los. Secara geografis, Pasar Panorama terletak di Kelurahan Panorama, Kecamatan Singaran Patih, dengan aktivitas hampir 24 jam dan puncak keramaian pada pagi serta sore hari. Selain sebagai pusat ekonomi, pasar ini juga mencerminkan interaksi sosial khas pasar tradisional, seperti tawar-menawar, keterbukaan harga, dan solidaritas pedagang yang umumnya diwariskan secara turun-temurun. Selain berfungsi sebagai pusat ekonomi, Pasar Panorama juga memiliki peran sosial yang penting karena mencerminkan interaksi khas pasar tradisional, seperti tawar-menawar, keterbukaan harga, serta solidaritas antar pedagang yang sebagian besar berasal dari masyarakat lokal secara turun-temurun (Faturachman et al., 2025).

Pasar Panorama Bengkulu memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya komoditas sayuran. Namun, dinamika di lapangan menunjukkan harga sering dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, seperti musim, pasokan, biaya distribusi, hingga perilaku pedagang. Beberapa praktik yang muncul antara lain kenaikan harga menjelang hari besar, penimbunan barang, diskriminasi harga terhadap pembeli tertentu, serta persaingan tidak sehat antar pedagang (Nasution, 2022). Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah mekanisme harga yang berlaku di pasar tersebut telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, terutama dalam pandangan Al-Ghazali.

Secara teoritis, mekanisme harga adalah proses penyesuaian antara penawaran dan permintaan hingga mencapai titik keseimbangan (Rohmania, 2025). Dalam konsep

ekonomi Islam, harga terbentuk melalui kekuatan pasar tanpa adanya paksaan atau kezaliman, sehingga semua pihak dapat bertransaksi dengan rela dan adil (Almas, 2024). Pemikiran Al-Ghazali menekankan bahwa perdagangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga *ukhrawi*. Laba wajar dipandang sebagai kompensasi atas risiko dan upaya pedagang, sedangkan keuntungan sejati adalah keberkahan yang diperoleh di akhirat melalui praktik perdagangan yang jujur dan adil (Budi Februari et al., 2023). Dengan demikian, bisnis dalam Islam merupakan bagian dari ibadah yang harus mengedepankan kemaslahatan masyarakat.

Berdasarkan kajian literatur dan penelitian terdahulu, terlihat bahwa studi mengenai pemikiran Al-Ghazali tentang harga dan mekanisme pasar sudah banyak dilakukan, namun mayoritas bersifat teoretis, komparatif, atau berbasis dokumentasi, seperti penelitian Ahmad Faishal Nur (F. A. Nur, 2023) yang membandingkan Al-Ghazali dan Adam Smith, serta Sarkun & Hasan (Sarkun & Hasan, 2015) yang menelaah relevansi pemikiran Al-Ghazali secara global. Penelitian Rudy (Rudy, 2019) dan Nur Arista Melanoi Agustina (Arista Melanoi Agustina, 2023) memberikan analisis terhadap praktik pasar tradisional, namun tidak menggunakan pendekatan fenomenologis untuk mendalami perspektif pedagang secara langsung, apalagi pada segmen pedagang sayur. Selain itu, studi oleh Nurizal Ismail dkk. (Ismail et al., 2020) menekankan faktor mikroekonomi dan supply-demand, tetapi kurang menyoroti penerapan etika dan nilai moral Islam secara nyata di lapangan. Dengan demikian, *research gap* yang muncul adalah kurangnya penelitian yang mengintegrasikan observasi lapangan, wawancara pedagang sayur, dan analisis fenomenologis untuk menguji bagaimana prinsip harga adil (*al-thaman al-'adl*), kejujuran, dan etika moral Al-Ghazali benar-benar diterapkan dalam konteks pasar tradisional kontemporer. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan memberikan bukti empiris dan analisis mendalam mengenai internalisasi nilai ekonomi Islam dalam praktik perdagangan sehari-hari di Pasar Panorama Bengkulu.

Kajian terhadap pemikiran Al-Ghazali menjadi penting untuk menjembatani teori dengan praktik, sekaligus menilai sejauh mana prinsip *al-thaman al-'adil* (harga adil) dapat diterapkan di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme penetapan harga menurut Al-Ghazali, menelusuri relevansinya dengan praktik pedagang sayur di Pasar Panorama Bengkulu, serta menilai implementasi nilai etika, keadilan, dan keterbukaan dalam transaksi. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur ekonomi Islam, sedangkan secara praktis dapat menjadi panduan bagi pedagang, pembeli, pengelola pasar, maupun pemerintah daerah dalam membangun regulasi perdagangan yang lebih etis dan berkeadilan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-fenomenologis. Metode fenomenologis dipilih karena sesuai untuk menggali pengalaman subjektif pedagang dan pembeli dalam penetapan harga, serta memahami makna nilai kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam praktik jual beli sehari-hari.

Pendekatan ini relevan karena berangkat dari asumsi bahwa realitas sosial hanya dapat dipahami melalui pengalaman langsung subjek. Dengan demikian, penelitian ini menggabungkan deskripsi fenomena empiris di lapangan dengan refleksi normatif terhadap pemikiran Al-Ghazali guna menilai keselarasan antara praktik pasar tradisional dan prinsip harga adil dalam Islam.

Penelitian dilaksanakan di Pasar Panorama, Kota Bengkulu, pada bulan Mei hingga September 2025. Pasar ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan intensitas transaksi yang tinggi dan dinamika harga yang mencerminkan realitas fluktuasi pasar tradisional.

Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dalam aktivitas jual beli di Pasar Panorama. Jumlah informan terdiri dari enam pedagang sayur dan dua pembeli. Kriteria pedagang adalah memiliki pengalaman berdagang minimal tiga tahun, menjual sayuran secara tetap di pasar, dan menetapkan harga berdasarkan kondisi pasar. Sedangkan pembeli dipilih karena kebiasaan rutin berbelanja minimal dua kali dalam seminggu, sehingga dapat memberikan pandangan objektif mengenai penerapan harga adil di pasar.

Tabel 1
Deskripsi Informan

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pengalaman	Jenis Dagangan
1	Jaka	Laki-Laki	34 Tahun	22 Tahun	Sayur Mayur
2	Nur	Perempuan	46 Tahun	12 Tahun	Sayur Mayur
3	Rahmad	Laki-Laki	38 Tahun	8 Tahun	Sayur Mayur
4	Zulfikar	Laki-Laki	41 Tahun	17 Tahun	Sayur Mayur
5	Rika	Perempuan	49 Tahun	10 Tahun	Sayur Mayur
6	Dedi	Laki-Laki	50 Tahun	20 Tahun	Sayur Mayur
7	Suryani	Perempuan	45 Tahun	-	Pembeli
8	Hasan	Laki-Laki	35 Tahun	-	Pembeli

Penelitian ini menganalisis praktik penentuan harga di Pasar Panorama menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data dari wawancara pedagang dan observasi disaring untuk menyoroti praktik harga yang adil dan etis, kemudian disajikan dalam narasi dan tabel untuk memudahkan identifikasi pola dan kesesuaian dengan prinsip Al-Ghazali. Hasil analisis kemudian dikaitkan dengan pemikiran Al-Ghazali untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai keadilan harga dan etika perdagangan dalam perspektif Islam. Penelitian ini dilakukan pada Mei–September 2025, sehingga temuan mencerminkan praktik harga dalam rentang waktu tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 2
Perbandingan Pemikiran Al-Ghazali dengan Praktik Pedagang Sayur di Pasar Panorama Bengkulu

No	Aspek	Teori Al-Ghazali	Praktik Pedagang Pasar Panorama	Kesesuaian
1	Mekanisme Harga	Harga adil (<i>al-thaman al-'adl</i>) terbentuk secara alami dari interaksi penawaran dan permintaan.	Pedagang menetapkan harga berdasarkan modal, biaya distribusi, dan margin wajar dengan mempertimbangkan harga pasar umum.	Tinggi
2	Fluktuasi Harga	Perubahan harga dipengaruhi faktor eksternal (panen, distribusi, permintaan musiman)	Harga dipengaruhi cuaca, musim panen, hari besar keagamaan, distribusi, dan volume pasokan petani.	Tinggi
3	Larangan Ihtikar (Penimbunan)	Penimbunan dilarang karena merugikan masyarakat dan bertentangan dengan keadilan	Pedagang menolak ihtikar dengan alasan agama dan sifat sayur yang mudah rusak	Sangat tinggi
4	Kejujuran dan Transparansi	Perdagangan harus dijalankan dengan kejujuran, tanpa penipuan timbangan atau kualitas	Pedagang menegaskan tidak menipu, jujur dalam timbangan dan kualitas barang	Tinggi
5	Orientasi Keberkahan	Berdagang adalah sarana ibadah; keuntungan sejati	Banyak pedagang menyatakan mencari berkah,	Tinggi

		bukan materi, melainkan keberkahan	bukan keuntungan maksimal	
6	Etika Sosial (Ta'awun)	Harga dan perilaku dagang harus mempertimbangkan kemaslahatan publik dan saling tolong-menolong	Pedagang memberi harga khusus pada pelanggan lama/kurang mampu	Tinggi
7	Persaingan harga	Tidak boleh ada praktik zalim yang merusak keseimbangan pasar	Ada keluhan soal pedagang baru jual murah, tapi umumnya saling menegur untuk jaga etika pasar	Sedang

Hasil wawancara informan selain pedagang sayur yaitu pembeli di Pasar Panorama, seperti Suryani dan Hasan, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menilai harga sayur yang ditetapkan pedagang relatif terjangkau dan adil. Meskipun terdapat perbedaan harga antar pedagang, konsumen memandang hal tersebut sebagai dinamika normal pasar tradisional dan tidak mengurangi kepercayaan mereka terhadap pedagang. Pembeli lama cenderung mendapat harga yang lebih sesuai karena adanya hubungan saling percaya antara pedagang dan pelanggan, sehingga praktik penetapan harga berjalan dalam suasana *tarāḍin* (saling meridhai), yang sejalan dengan prinsip etika perdagangan Islam.

Selain itu, konsumen mengapresiasi kejujuran pedagang, terutama terkait kualitas barang dan ketepatan timbangan. Tidak adanya praktik penimbunan atau manipulasi harga membuat pembeli merasa terlindungi dari eksploitasi pasar. Pandangan konsumen ini memperkuat temuan bahwa pedagang tidak hanya memahami prinsip *al-thaman al-'adl* (harga adil) secara teori, tetapi juga menginternalisasi nilai etika dan moral Islam dalam praktik sehari-hari, sehingga tercipta keseimbangan antara keuntungan pedagang dan keberkahan transaksi bagi masyarakat.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesesuaian yang signifikan antara teori harga adil (*al-thaman al-'adl*) menurut Al-Ghazali dan praktik pedagang sayur di Pasar Panorama Bengkulu. Pedagang menetapkan harga dengan mempertimbangkan modal awal, biaya distribusi, serta margin keuntungan moderat, sambil menyesuaikan dengan kondisi pasar untuk menjaga daya beli konsumen dan mencegah persaingan tidak sehat. Fluktuasi harga yang terjadi di pasar lebih banyak dipengaruhi faktor eksternal, seperti musim panen, kondisi cuaca, gangguan distribusi, serta momen hari

besar keagamaan, yang secara alami memengaruhi penawaran dan permintaan. Dengan demikian, mekanisme harga di Pasar Panorama terbentuk secara alami dan selaras dengan pandangan Al-Ghazali bahwa perubahan harga adalah sunnatullah selama tidak ada manipulasi yang merugikan masyarakat.

Pedagang di Pasar Panorama juga menekankan prinsip kejujuran, transparansi, dan orientasi keberkahan dalam kegiatan perdagangan sehari-hari. Penolakan terhadap praktik penimbunan (*ihlikār*) tidak hanya didasari oleh ajaran agama, tetapi juga oleh pengalaman praktis, seperti risiko kerusakan barang yang akan merugikan pedagang sendiri. Sikap ini menunjukkan bahwa moralitas dan kesadaran religius dapat menjadi pengendali pasar alami, sesuai dengan pemikiran Al-Ghazali yang menekankan bahwa perdagangan ideal bukan sekadar mengejar keuntungan materi, tetapi juga sebagai sarana ibadah dan memperoleh keberkahan. Beberapa pedagang menyatakan bahwa margin keuntungan tidak diperbesar secara berlebihan karena orientasi mereka pada kesejahteraan bersama dan keberlanjutan usaha, menunjukkan internalisasi nilai syariah dalam praktik ekonomi sehari-hari.

Selain itu, meskipun terdapat beberapa perbedaan harga antar pedagang serta diskriminasi kecil terhadap pembeli baru, hal ini masih termasuk dinamika pasar tradisional dan tidak mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap pedagang. Fenomena ini menandakan perlunya penguatan literasi etika bisnis Islam agar prinsip *al-thaman al-'adl* dapat diterapkan lebih konsisten, sehingga praktik harga adil tidak hanya berlaku pada sebagian pedagang, tetapi menjadi norma dalam pasar secara keseluruhan. Perspektif pembeli yang menilai harga wajar, kualitas barang sesuai, dan transparansi pedagang memperkuat kesimpulan bahwa praktik penetapan harga di Pasar Panorama telah mencerminkan prinsip ekonomi Islam secara nyata.

Dari sisi teoritis, penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran Al-Ghazali tetap relevan dalam konteks ekonomi modern. Nilai-nilai yang ia ajarkan, seperti keadilan, moralitas pedagang, keterbukaan, dan orientasi keberkahan, menjadi pedoman penting dalam menghadapi praktik pasar yang berpotensi curang, misalnya monopoli, kartel, atau manipulasi harga digital. Jika dibandingkan dengan tokoh ekonomi Islam lain, Ibnu Taimiyah menekankan bahwa harga adil harus tercipta melalui mekanisme pasar alami tanpa intervensi yang merugikan masyarakat, sedangkan Ibnu Khaldun menyoroiti keterkaitan harga dengan dinamika sosial, politik, dan proses produksi. Dengan demikian, pemikiran Al-Ghazali menekankan moralitas individu pedagang sebagai pengendali utama, melengkapi pandangan para ulama lain yang lebih menekankan stabilitas dan intervensi struktural. Pendekatan ini menunjukkan bahwa etika individu memiliki peran strategis dalam membentuk mekanisme harga yang adil, selaras dengan prinsip ekonomi Islam yang menempatkan moralitas sebagai inti aktivitas ekonomi.

Analisis temuan juga menunjukkan bahwa prinsip *tarāḍin* atau transaksi sukarela antara pembeli dan penjual, sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa' ayat 29, berjalan dengan baik di Pasar Panorama. Hubungan harmonis antara pedagang dan pembeli memperkuat penerapan konsep *al-thaman al-'adl*, di mana harga terbentuk

melalui interaksi alami tanpa tekanan atau manipulasi. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan yang berlandaskan etika Islam dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendali pasar alami, bahkan tanpa regulasi formal dari pemerintah. Pedagang yang menolak praktik penimbunan dan menekankan keberkahan dalam berdagang juga menunjukkan bahwa orientasi moral dapat mengatasi praktik curang, sekaligus menjaga keberlanjutan usaha dan kesejahteraan konsumen.

Secara keseluruhan, praktik pedagang di Pasar Panorama memperlihatkan bahwa prinsip ekonomi Islam yang diajarkan Al-Ghazali tidak hanya relevan pada masa klasik, tetapi juga dapat dijadikan pedoman dalam menghadapi tantangan ekonomi kontemporer. Implementasi etika, keadilan, dan keberkahan dalam praktik perdagangan sehari-hari menunjukkan bahwa nilai-nilai moral bukan sekadar pelengkap teori ekonomi, melainkan fondasi dari mekanisme pasar Islami. Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran religius dan internalisasi etika Islam dapat berfungsi sebagai pengendali sosial-ekonomi yang efektif, sehingga tercipta keseimbangan antara kepentingan pedagang, konsumen, dan masyarakat luas.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *al-tsaman al-'adil* (harga adil) menurut Al-Ghazali tercermin dalam praktik pedagang sayur di Pasar Panorama Bengkulu, di mana harga terbentuk secara alami melalui interaksi permintaan dan penawaran dengan perhitungan modal, distribusi, dan margin wajar. Praktik ini selaras dengan nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, *ta'awun*, dan *tarāḍin*. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penghubungan teori harga adil Al-Ghazali dengan praktik pasar tradisional, menegaskan relevansi etika Islam dalam perdagangan kontemporer. Secara praktis, pedagang perlu menjaga transparansi, sementara pengelola pasar dan pemerintah meningkatkan pengawasan. Keterbatasan penelitian adalah ruang lingkup yang sempit pada satu lokasi dan komoditas, sehingga studi selanjutnya disarankan membandingkan pasar tradisional dan modern untuk memperkaya pemahaman ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiq, Z. A. (2025). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Percetakan Ellite Tanggul). *Iqtisodina: Jurnal Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, 8, 27–35.
- Almas, M. R. (2024). Pemikiran Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah Tentang Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga Di Indonesia Masa Pandemi Covid-19. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 76–89.
- Arista Melanoi Agustina, N. (2023). Studi Komparasi Pemikiran Ibnu Khaldun Dan Al-Ghazali Tentang Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga Serta Relevansinya Di Indonesia. In *Repository Iain Ponorogo*.
- Basari, A. F. Z., Nisa, V. M. A., Arnela, M. D., & Hidayati, A. N. (2024). Konsep Mekanisme Pasar dalam Ekonomi Islam. *Bertuah : Journal of Shariah and Islamic Economics*, 5(1), 132.

- Budi Februari, Gilang Saka Maulana, & Budi Harianto. (2023). Pemikiran Imam Al-Ghazali Mengenai Perolehan Keuntungan Dalam Kegiatan Jual Beli. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 310–322. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.552>
- Faturochman, Riandra Saputra, N., Raditian, & Panorama, M. (2025). Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis E-ISSN*, 6(1), 214–228.
- Ismail, N., Aisyah, S., & Sup, D. F. A. (2020). Faktor Penentu Harga dalam Tinjauan Pemikiran Ekonomi Islam. *Islamic Economics Journal*, 6(2), 207. <https://doi.org/10.21111/iej.v6i2.4880>
- Moh. Asep Zakariya Ansori, Abdul Aziz, Dicky Irmansyah, Irma Wati, Dinda Aulia Rahmi, Nadya Rahma Putri Latiepah, & Muhammad Andri Ramadhan. (2024). Pemikiran Tokoh-Tokoh Ekonomi Islam Mengenai Konsep Penetapan Harga Pasar. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 146–160. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.144>
- Moh Mardi. (2021). Ekonomi Syariah: Eksistensi dan Kedudukannya di Indonesia. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 3(01), 20–32. <https://doi.org/10.59636/saujana.v3i01.34>
- Nasution, N. H. P. (2022). TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK MENAIKKAN TINGGI HARGA SEMBAKO DI TENGAH COVID-19 (Studi Kasus di Pasar Raya Sagumpal Bonang, Kec.Padangsidimpunan Utara, Kota Padangsidimpunan, Sumatera Utara). Repository UIN Walisongo Semarang.
- Nur, A., Gunawan, F., Cecilia, Nicolla, S., & Harianto, V. (2024). Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual Di Perusahaan Dagang. *Jurnal ANC*, 01(03), 166. <https://journal.anc-aryantonurconsulting.com/tp>
- Nur, F. A. (2023). Disorientasi Penentuan Harga Pasar Dalam Eksistensi Ekonomi Masyarakat Menurut Pandangan Adam Smith Dan Al Ghozali Tesis.
- Parakkasi, I. H., & Kamiruddin. (2019). Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *E-Jurnal UIN Alauddin Makassar*.
- Rahman, A., & Nahei, N. (2025). Prinsip-Prinsip Keadilan Dalam Penetapan Harga Perspektif Islam. *Al-Hukmi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 5(2), 124–134. <https://doi.org/10.35316/alhukmi.v5i2.6776>
- Rijal, F. (2024). Harga Dan Kualitas Produk Mainan Jakarta Toys Kota Meulaboh: Penetapan Harga dan Kualitas Produk Mainan Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam. 3, 80–95.
- Riskhi, P. S. (2022). Analisis Biaya Operasional Dan Mekanisme Tas'ir Terhadap Jual Beli Sayur Mayur Pada Pasar Perspektif Ibnu Taimiyah (Menghitung Selisih Harga beli dan Harga Jual pada Pasar Beureuen dan Pasar Pagi Lueng Putu). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Rohmania, M. D. (2025). Analisis Penetapan Harga Jual Komoditas Sembako (Studi Para Pedagang Sembako di Pasar Patikraja Kabupaten Banyumas) SKRIPSI. In Repository UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto (Vol. 11, Issue 1).
- Rudy. (2019). Aktualisasi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Harga Di Pasar Sentral

Author: *Ahmad Lio Saputra, Desi Isnaini, Makmur*

Kabupaten Pinrang. Repositorry IAIN Parepare. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE.

- Salsabila, D. I., Wary, P., Wulandari, T., Rahmah, K. N., & Aiman, A. (2020). Studi Literatur Pemikiran Ekonomi Islam Al-Ghazali: Relevansinya Terhadap Dinamika Ekonomi Global Saat Ini. *Al-Iqtisodiyah: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ekonomi Islam*, 60-75.
- Sarkun, M. R. N., & Hasan, K. S. (2015). Al- Ghazali ' s Economic Thought : Its Nature and Contemporary Relevance. *Sains Humanika*, 2, 23-27.
- Soumena, F. Y., Imran, M. I. N., & Salsabila, T. (2024). Konsep Keadilan Harga Perspektif Ekonomi Islam. *IKHTISAR: Jurnal Pengetahuan Islam*, 4(1), 27-44. <https://doi.org/10.55062/2021/IJPI>