

---

## Desakan Kuasa dalam Penentuan Harga Jual

**Ade Ikhlas Amal Alam\*, Iwan Triyuwono, Aji Dedi Mulawarman**

Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

### Abstract

The presence of power in every line of life can not be avoided especially in the determination of the selling price in commerce. The purpose of this study is to trace the power of Yasdic's management in determining the selling price in the business unit of Santri Store of Pondok Pesantren Pendidikan Al-Qur'an IMMIM Putra Makassar. The methodology used in this study is a critical etnometodology combined with Islamic thinker Ibn Khaldun to trace the power of Yasdic in determining the selling price in the santri store business unit. Our research found that the power Yasdic determining the selling price to oppress buyers through an expensive price and a monopoly that supported the prevailing system in the cabin and conducted with no transparency.

Keywords: Critical Etnometodology; Determining Selling Price; Power

### Abstrak

Kehadiran kuasa dalam setiap lini kehidupan tidak bisa dihindari terlebih dalam penentuan harga jual di perniagaan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menelusuri kuasa manajemen Yasdic dalam menentukan harga jual di unit usaha Toko Santri Pondok Pesantren Pendidikan Al-Qur'an IMMIM Putra Makassar. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnometodologi kritis dipadukan dengan pemikir islam Ibnu Khaldun untuk menelusuri kuasa Yasdic dalam menentukan harga jual di unit usaha Toko santri. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kuasa Yasdic menentukan harga jualnya dengan menindas pembeli melalui harga yang mahal dan melakukan monopoli yang didukung sistem yang berlaku di pondok serta mereka tidak transparan.

Kata Kunci : Etnometodologi Kritis; Penentuan Harga Jual; Kuasa

---

Permalink/DOI : <https://doi.org/10.21067/jem.v14i1.2512>

Cara mengutip : Alam, A., Triyuwono, I., & Mulawarman, A. (2018). Desakan Kuasa dalam Penentuan Harga Jual. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14(1), 57-72. <https://doi.org/10.21067/jem.v14i1.2512>

Sejarah Artikel : Artikel diterima : Desember 2017; direvisi Januari 2018; diterima Februari 2018

## Pendahuluan

Kemunculan harga jual tidak serta merta hadir hanya dengan melihat siklus perpindahan barang serta faktor internal dan eksternal, namun ada proses perhitungan *total cost* dari *fixed cost* yang diakumulasikan dengan *variable cost* kemudian dengan menambahkan presentase *mark up* sesuai dengan keuntungan yang ingin diperoleh (Slat, 2013). Penetapan *fixed cost* akan selalu tetap atau tidak berubah meskipun jumlah produksi meningkat maupun menurun, berbeda dengan *variable cost* yang selalu mengikuti produksinya. Penetapan *fixed cost* dapat ditentukan oleh pihak internal dan eksternal. Pihak internal, misalnya dengan menentukan *supplier* barang yang sesuai agar dapat mengurangi biaya dan meningkatkan daya saing perusahaan (Ghodsypour & O'Brien, 2001).

Proses perhitungan *total cost* yang diperoleh dari akumulasi *fixed cost* dan *variable cost* tidak terlepas dari kuasa-kuasa dari pihak internal dan eksternal yang selalu menghendaki keuntungan berada di sisi mereka. Hal ini membuktikan kehadiran kuasa senantiasa selalu ada, baik dari pihak internal maupun eksternal dalam proses penentuan harga jual. Maka yang memiliki kuasa atas yang lainnya akan dengan bebas menentukan harga jual sesuai dengan keinginannya.

Kuasa atas harga jual di pasar dapat dimainkan sesuai dengan keinginan oleh industri-industri besar yang merasa bahwa hanya produk mereka yang dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti kejadian pada perusahaan otomotif besar asal jepang yang digugat oleh KPPU yaitu, PT Astra Honda Motor (AHM) dan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM). Semakin sulitnya pertarungan dan makin beratnya kompetitor yang mereka hadapi serta keinginan untuk menguasai pasar membuat kedua belah pihak ini sepakat untuk bekerja sama dalam mempermainkan harga, dengan cara memonopolinya (Saragih, 2017).

Syarkawi Rauf selaku Ketua KPPU menyatakan “pangsa pasar sepeda motor di Indonesia sangat terkonsentrasi pada Honda

dan Yamaha, bila keduanya bersekongkol maka mereka akan menguasai pasar sebesar 97 persen”, (Ramadhan, 2016). Berbagai macam cara dilakukan untuk tetap menjaga eksistensi dalam arena peperangan memperebutkan kuasa atas pasar. Siapa yang menang akan menjadi penguasa pasar.

Tidak dapat disangkal kehadiran kekuasaan memang untuk menguasai orang maupun kelompok, termasuk dalam menentukan harga jual. Memiliki kuasa atas yang lainnya kemudian menentukan harga jual berdasarkan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Hal tersebut dimaksudkan guna memperoleh keuntungan, baik kenikmatan dan kesenangan yang nyata maupun secara maknawi dari yang dikuasainya. Lebih lanjut Khaldun (2016) menjelaskan mengenai apa itu kekuasaan:

“Kekuasaan merupakan jabatan kedudukan alami bagi manusia... manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya dan melanggengkan eksistensinya, kecuali dalam sistem kemasyarakatan dan saling membantu di antara mereka dalam upaya memperoleh kebutuhan-kebutuhan pokok. Inilah yang dijaga Sang Pencipta agar bangsa manusia tidak mengalami kepunahan. Eksistensi manusia tidak mungkin terjaga jika mereka hidup dalam hukum rimba tanpa ada pemimpin atau penguasa dari mereka, yang dapat mengendalikan kelompok manusia yang satu atas yang lain, maka dari itu mereka membutuhkan kontrol, yang dapat menguasai atau memimpin mereka”.

Kekuasaan yang dipaparkan Ibnu Khaldun adalah jabatan atau kedudukan alami bagi manusia. Kata alami memiliki arti bahwa kekuasaan itu akan selalu ada dalam setiap sisi kehidupan. Setiap manusia memiliki kedudukan masing-masing, artinya tiap individu memiliki kekuasaan. Selanjutnya dijelaskan bahwa terdapat kuasa sosial yaitu, dalam konsep manusia

tidak dapat melangsungkan hidupnya dan melanggengkan eksistensinya kecuali dalam sistem untuk saling membantu agar dapat memenuhi kebutuhannya. Sikap pragmatis dari kuasa individu manusia (Akbar, 2015) terkadang membuat mereka enggan untuk saling membantu jika tidak mendapatkan sebuah balasan berupa materi.

Terdapat kuasa sebagai pemimpin untuk mengatur serta menguasai. Kuasa pimpinan ini untuk mengatur agar tidak terjadi hukum rimba serta menjadikan sebuah komunitas atau lingkungan lebih baik. Adanya seorang atau kelompok yang berkuasa atas yang lain menjadikan sebuah lingkungan lebih teratur (Hakim, 2015), sebab ada yang mengontrol dan mengatur sistem dalam sebuah lingkungan.

Penentuan harga jual merupakan hal penting dalam kegiatan muamalah, yang menentukan laku atau tidaknya sebuah produk, laba yang dihasilkan, serta keberlangsungan sebuah usaha (*going concern*) dan perkembangannya (Slat, 2013). Keberadaan kuasa dalam penentuan harga jual memainkan peran yang sangat penting untuk mendapatkan keuntungan yang mereka hendaki.

Saat ini setiap perusahaan memiliki motif ekonomi dengan mendapatkan keuntungan yang besar dari pembelian yang murah atau biaya yang rendah (Khaldun, 2016) Kemudian dalam menetapkan harga jual untuk suatu produk dengan menghitung berapa *total cost* produk ditambah dengan persentase *mark up* (Slat, 2013).

Menurut Alimuddin (2009) bahwa presentase *mark up* yang diberlakukan oleh perusahaan haruslah sesuai dengan keadilan ekonomi yaitu dengan memadukan antara hak dan kebutuhan. Melalui *mark up* inilah keuntungan diperoleh, namun pernahkah kita berpikir apa standar dari *mark up*, apakah untuk keuntungan, menguasai pasar, atau yang lebih besar lagi untuk menguasai sistem perekonomian sehingga menciptakan suatu keadilan ekonomi yang dapat memenuhi hak dan kebutuhannya sebagai makhluk hidup.

### Kuasa dalam Harga

Foucault memaparkan kuasa akan selalu hadir di mana manusia ada (Afandi, 2012; Agustin, 2009). Termasuk proses penentuan harga jual. Terdapat kuasa untuk menentukan harga jual untuk mendapatkan keuntungan. Sistem perekonomian yang dibangun dari muamalah antar penjual dan pembeli. Kemudian berkembang menjadi pasar, tempat bertemunya penjual dan pembeli. Namun, sistem perekonomian yang baik harus didasari dengan sifat yang jujur dan tidak bermuamalah kecuali barang itu halal sehingga akan menghasilkan sistem perekonomian yang baik dan akan terus berkembang. Ada dua kata yang menjadi tujuan yaitu, berkah dan ridha. Ini merupakan tujuan utama dalam bermuamalah sehingga terwujudlah kabahagiaan dunia dan akhirat (Amalia, 2013).

Kuasa dalam harga merujuk kepada bagaimana pemangku kekuasaan dalam menentukan harga jual sesuai keuntungan yang dikehendakinya. Kehadiran kuasa tersebut yang mendesak untuk dipenuhi agar kebutuhan ekonominya dapat terpenuhi. Pada perspektif konvensional kuasa ekonomi sangat mendominasi dalam penentuan harga, hanya berbicara untung dan rugi. Namun, dalam perspektif islam terdapat kuasa empati dan sosial yang dirujuk kepada Al-Qur'an dan Hadits yang merupakan hukum seluruh keberadaan alam semesta bersamanya akan menuju "Siraat al-Mustaqim" sehingga menjadikan manusia lebih baik dan saling menebar kasih sayang, kebaikan, dan cinta kasih kepada sesama. (Akhtyamova *et al.*, 2015).

Penelitian ini menggunakan pemikiran tokoh islam Ibnu Khaldun. Hal ini relevan dengan konsep syariah yang diusung dari penulis, maka dari itulah menggunakan pemikiran dari seorang pemikir muslim. Pemikirannya tersebut dituangkan dalam karyanya yang masyhur yang berjudul "Mukaddimah". Buah pemikiran Ibnu Khaldun menguraikan tentang kuasa dalam dinamika sosial, moral,

ekonomi, dan politik yang saling berhubungan serta keterkaitannya dengan kemajuan dan kemunduran suatu lingkungan (Hasyim, 2010; Hidayatullah, 2018; Ulya, 2015). Oleh karena itu penentuan harga jual secara konsep hingga praktik tidak hanya mengikuti kuasa ekonomi agar mendapatkan keuntungan namun, melihat kuasa-kuasa yang lainnya agar semuanya ridha dan menjadikan hidup lebih baik dalam kehidupan sosial.

### **Praktek Penentuan Harga Jual dalam Akuntansi Syariah**

Islam memandang tidak hanya menilai dengan materi saja, namun terdapat laba non materi (Mursy & Rosidi, 2013). Selanjutnya dijelaskan bahwa terdapat dua laba non materi dalam syariah, yaitu laba non materi yang tidak dapat dirasakan seperti pahala dan yang kedua ialah laba non materi yang dapat dirasakan seperti laba tenaga manusia dan laba sosial. Perspektif syariah dalam praktik akuntansi mengarahkan untuk bersyukur setiap apa yang dimiliki tanpa memandang laba hanya dari segi materi saja.

Triuwono (2013) mendefinisikan akuntansi syariah sebagai “seni dan ilmu meracik informasi yang berfungsi sebagai doa dan dzikir untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, mental, dan spiritual manusia dalam rangka beribadah dan kembali kepada Tuhan dengan jiwa yang suci dan tenang”. Dalam menetapkan harga tidak hanya berpatokan kepada kuasa ekonomi dan kuasa institusi yang menghendaki untuk mendapatkan keuntungan namun, kuasa empati perlu menjadi penyeimbang dalam menentukan harga sehingga tidak berpatok bagaimana besaran laba melainkan untuk beribadah kepada Sang Kuasa. Akuntansi syariah mengajak kita tidak hanya melihat laba sebagai *financial* semata tetapi juga sebagai jembatan menuju kepada Zat Yang Maha Kuasa.

Penelitian terdahulu lebih banyak membahas pada biaya dalam penentuan harga jual (Fahad & Utomo, 2013; Serliana & Widjaja, 2013; Zuhroh & Pratiwi 2014) yang diberikan kepada konsumen untuk

mendapatkan keuntungan yang optimal. Beberapa penelitian tersebut membahas dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang fokus pada kuasa (Afandi, 2012; Agustin, 2009) dan pemikiran Ibnu Khaldun mengenai ekonomi (Huda, 2013; Kasdi, 2014; Samsinas, 2009; Ulum, 2016). Namun, masih jarang yang berfokus kepada kuasa dalam penentuan harga jual. Maka penelitian ini hadir untuk menelusuri kuasa dalam menentukan harga jual dalam perspektif kualitatif.

Menjalankan sebuah usaha selain untuk mendapatkan keuntungan juga dapat dijadikan sebagai wadah untuk beribadah kepada-Nya, terlebih jika usaha tersebut berada di lingkungan yang bernuansa islami. Maka sudah seharusnya akan semakin meningkatkan ibadahnya dan memudahkan untuk mendekati diri kepada-Nya. Seperti unit usaha Toko Santri yang dikelola Yayasan Dana Islamic Centre yang berlokasi di lingkungan Pesantren Modern Pendidikan Al-Qur’an Ikatan Masjid Mushallah Indonesia Muttahidah (IMMIM) Putra Makassar.

Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi kuasa dalam menentukan harga jual di Toko Santri (Toksan) Pesantren Modern Pendidikan Al-Qur’an Ikatan Masjid Mushallah Indonesia Muttahidah Makassar.

### **Metode**

Etnometodologi kritis dipilih karena dibutuhkan pemahaman yang detail mengenai suatu permasalahan sehingga peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data guna mengeksplorasi kuasa dalam penentuan harga melalui kegiatan sehari-hari. Peter Freund & Mona Abrams (1976) menyatakan “*In examining the contents of ethnomethodological works, we looked for ideas which challenged, in whatever way, basic structural conditions in society ...*”. Menemukan ide yang menantang (dalam

konteks ini yang tidak sesuai dengan syariah) dengan cara apapun, kemudian melihat kondisi struktural yang berlaku di masyarakat. Hal ini diperlukan untuk mengubah ide atau gagasan yang tidak sesuai dengan syariah.

Berbeda dengan etnometodologi yang dilakukan oleh Garfinkel (1967), yang bersifat interpretif, etnometodologi kritis yang dilakukan Peter Freund & Mona Abrams (1976), menegaskan bahwa etnometodologi tidak hanya sekedar memahami keadaan sosial dari praktik kegiatan sehari-hari namun, juga dapat digunakan sebagai kritik untuk mengubah sebuah keadaan, membangun humanisme baru, atau menyadarkan kesadaran diri dari pemahaman keseharian sebagai bentuk dominasi.

Ada banyak pemikir-pemikir muslim yang senantiasa menghadirkan Tuhan di setiap aspek kehidupan namun, penelitian ini membahas kuasa maka peneliti menggunakan pemikiran Ibnu Khaldun mengenai kekuasaan. Hal ini disebabkan karena pemikiran Ibnu Khaldun relevan dengan penelitian ini yang membahas kuasa. Serta senantiasa menghadirkan Tuhan dalam kegiatan keseharian atau bahkan setiap saat dan mengedepankan keseimbangan dan keadilan untuk semua kehidupan (Tuyuwono, 2015)

Menurut Garfinkel (1967) terdapat tiga tahap analisis yaitu, tahap pertama adalah pencarian indeksikalitas, tahap kedua refleksifitas yang melandasi aksi praktis, dan tahap ketiga yaitu pencapaian aksi kontekstual yang dapat dianalisis. Namun, dalam penelitian ini ada perubahan tahap. Tahap pertama tetap mencari indeksikalitas. Perubahan ini dilakukan di tahap ketiga menjadi tahap kedua dan sebaliknya. Jadi, tahap pertama adalah pencarian indeksikalitas, tahap kedua memahami kontekstual dari indeksikalitas yang diperoleh, dan tahap ketiga mencari makna dari refleksifitas yang melandasi aksi praktis. Perubahan ini dimaksudkan agar proses pemaknaan dilakukan setelah menemukan indeksikalitas dan analisis kontekstual yang dilanjutkan dengan analisis kritis Ibnu Khaldun.

Tahap pertama, analisis indeksikalitas. adalah pencarian tema yang dilandasi pada ungkapan perilaku, dan ditunjukkan secara eksplisit oleh aktor kemudian menunjukkan cara-cara serta prosesnya dalam melakukan tugasnya (Kamayanti (2016). Selanjutnya pada tahap kedua, analisis kontekstual yaitu peneliti mengungkapkan keseharian bersifat praktis yang dapat dikenali dan dapat dilaporkan yang diperoleh setelah tahapan indeksikalitas, (Kamayanti, 2016). Tahap ketiga, analisis refleksivitas, setelah peneliti mendapatkan ungkapan maupun ekspresi dari para informan, selanjutnya peneliti menelaah refleksivitas dari ungkapan dan ekspresi tersebut. Garfinkel (1967) memberikan pemahaman sederhana mengenai proses refleksivitas dengan memberi pemahaman melalui kehidupan sehari-hari, terkadang kita bertindak atau berbicara secara sadar namun dalam waktu yang bersamaan tidak sadar bahwa kita telah membentuk makna, tatanan, maupun rasionalitas dari apa yang dikerjakan.

Selanjutnya, pada tahapan ini ialah analisis kritis Islam Ibnu Khaldun mengungkapkan bagaimana kekuasaan seharusnya selalu bergandengan dengan ruh ketuhanan (Mulawarman, 2016), rasa kemanusiaan dan bertanggung jawab terhadap alam dimana lembaga tersebut beroperasi. Perbuahan pemerintahan dari generasi ke generasi mengakibatkan gradasi ketundukan dan kepatuhan kepada Sang Penguasa (Khaldun, 2016).

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Kehadiran Toksan: Membantu (?)**

Unit Usaha Toko Santri merupakan unit usaha yang memiliki peranan penting dalam pengembangan pesantren sesuai dengan tujuan dari pendiriannya yang dijelaskan oleh Kepala Yasdic Cab. Pesantren Dr. Ir. H. Nurul Fadriyah Fadeli Luran yang biasa dipanggil Ibunda Ulfa sebagai Ketua Yayasan Cabang Pesantren:

“Alasan utama ada unit usaha adalah sebagai lembaga swadaya pesantren dalam usaha memenuhi kebutuhan warga pesantren dan masyarakat sekitar termasuk santrinya melalui usaha jual beli. Alasan kedua sebagai usaha profit, dapat memberikan keuntungan laba bagi pesantren. Kehadiran unit usaha ini sangat “membantu” dalam perkembangan pesantren!”.

Pesantren Toksan dituntut untuk mampu membantu para santri serta warga dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Kebutuhan ini meliputi dari kebutuhan utama sampai kebutuhan tambahan. Kebutuhan utamanya meliputi peralatan makan, peralatan mandi, peralatan ke masjid, peralatan di asrama, dan lain-lain. Kebutuhan tambahan semisal jajanan untuk santrinya seperti roti, cemilan-cemilan, dan lain-lain.

Kebutuhan utama yang tersebut di atas tidak hanya untuk para santri melainkan warga pesantren juga membutuhkan. Warga pesantren meliputi pembina, karyawan, istri pembina dan karyawan serta anak-anak dari pembina dan karyawan yang tinggal di dalam pesantren. Kebutuhan tambahan seperti yang telah disebutkan penulis lekat dengan kebutuhan dari para anak-anak pembina dan karyawan baik yang tinggal di dalam maupun yang tinggal di luar pesantren. Sementara untuk warga sekitar merupakan masyarakat yang tinggal di sekitar pesantren. Pihak pesantren mengizinkan masuk jika ada warga sekitar atau hanya sekedar numpang lewat untuk membeli sesuatu di Toksan. Karena letak Toksan berada di depan (Pesantren memiliki dua pagar. Pagar utama yang berada di dalam sedangkan pagar yang kedua yang membatasi antara pembesuk dan santrinya) dan tidak mengganggu rutinitas santrinya jika orang lalu lalang di depan.

Alasan selanjutnya tentang kehadiran unit usaha Toksan ialah untuk membantu mengembangkan pesantren. Unit usaha ini telah mengambil peran yang besar dalam pengembangan pesantren. Melalui usaha jual

beli, unit usaha Toksan memberikan kemudahan para warga pesantren dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya dan keuntungan yang diperoleh akan dialokasikan untuk membantu pengembangan pesantren.

Konteks yayasan menghadirkan Toksan menandakan bahwa unit usaha ini berguna untuk warganya dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu Toksan juga diharapkan dapat membantu perkembangan dan pembangunan pesantren melalui keuntungan yang diperoleh dari hasil perniagaan. Kehadiran Toksan memberi bantuan kepada masyarakat pesantren karena sedikit banyak telah membantu dalam memenuhi kebutuhannya. Seperti yang diungkapkan oleh Rizaldi:

*“Banyak ji tanwa Kak, itu toksan, na bantuji tanwa penubi kebutuhanna sehari-sehari orang-oranga disini. Dari kebutuhan mandina, makanan sama minumannna, belum lagi itu jajan-jajanna santria sama ana’na pembina-peminayya sama ana’ana’naa karyawanga”.*

(Banyak Kak, Toksan membantu memenuhi kebutuhan para warga pesantren. Dari kebutuhan mandi, makanannya, minumannya, belum lagi jajanan para santrinya dan juga anak-anak pembinanya dan anak-anak karyawannya).

Santri pun setuju bahwa kehadiran Toksan ini membantu mereka dalam memenuhi kebutuhannya. Namun, kenyataannya Toksan sebagai unit usaha yayasan dengan perniagaan sebagai aktivitas utamanya tetap berorientasi kepada profit. Keuntungan dari perniagaan Toksan ditujukan untuk membantu pesantren dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya atau dengan kata lain untuk mengembangkan pesantren. Jelas dana yang dibutuhkan untuk memenuhi hal tersebut tidak sedikit. Meski setiap santri sudah membayar SPP untuk dapat bersekolah di pesantren namun, hal itu belum dapat membantu pe-

sanctren dalam memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu hadirnya Toksan dapat ditunggangi oleh kuasa-kuasa untuk mendapatkan keuntungan yang besar agar terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan pesantren. Seperti pernyataan Ibu Ulfa selaku Kepala Yayasan cabang Pesantren mengenai SPP santri:

“SPP tidak bisa diharapkan sepenuhnya untuk mencukupi kebutuhan operasional pesantren. Tunggakan dan pemeliharaan yang tinggi itu sangat membebani pesantren, maka salah satu bantuan unit usaha inilah menjadi *point penting*”.

Pernyataan yang dikeluarkan Ibunda Ulfa mengenai “*point penting*” memberikan gambaran akan keuntungan yang besar memang sedari awal sudah dikehendaki oleh yayasan agar dapat membantu operasional pesantren. Pembayaran SPP santri tidak dapat sepenuhnya diharapkan menjadi solusi bagi pesantren untuk memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu, keuntungan dari unit usaha Toksan menjadi salah satu ujung tombak yayasan untuk membantu kebutuhan santri dan warga pesantren.

Kehadiran Toksan untuk “membantu” perkembangan pesantren. Refleksi dari kata “membantu” ialah “mengumpulkan dana” bagi pesantren dalam memenuhi keperluan operasional sehari-hari melalui perniagaan. Kunci utama dari makna ini dari melihat pendapat Ibunda Ulfa yang mengatakan “sebagai usaha *profit*, dapat memberikan laba bagi pesantren”. Yayasan dengan kuasanya menghadirkan Toksan dan dengan bebas dalam menentukan harga jual yang akan diterapkan. Memang benar jika Toksan unit yang bersifat swadaya yang menyediakan kebutuhan sehari-hari para warganya tapi dengan catatan harga yang ditawarkan itu mahal. Orientasi kepada profit tidak menyalahi konsep perniagaan dalam islam. Namun, ketika kuasa yang hadir untuk mendapatkan keuntungan berasal dari cara yang tidak saling menguntungkan atau menindas yang lemah,

maka praktek seperti ini tidak dibenarkan. Seperti yang disampaikan oleh santri Rizaldi:

“*Iye kak, deh buwang lagi iyya ada Kak banyak lalo yang mahal sekali harga-na dari pada di luar!*”. (Iya Kak, bukan ada lagi, tapi banyak yang lebih mahal dari pada toko di luar pesantren!) (Rizaldi menegaskan pernyataannya).

Unit usaha merupakan satu-satunya wadah di dalam pesantren yang menyediakan kebutuhan warga pesantren. Akan tetapi, kuasanya dalam mencari dana itu menindas warga pesantren, dengan cara menghadirkan swadaya untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan kuasanya menentukan harga yang mahal. Hal ini terjadi karena unit usaha adalah satu-satunya wadah dalam memenuhi kebutuhan warganya. Sehingga Yayasan dalam mengelola Toksan dengan leluasa memanfaatkan keadaan ini melalui kuasanya untuk menetapkan harga jual sesuai dengan yang diinginkan untuk memaksimalkan keuntungan bagi pesantren.

### **Murah: Upaya Maksimasi Laba untuk Pesantren**

Unit usaha yang berada di lingkungan Pesantren IMMIM Putra Makassar merupakan swadaya yang dikelola oleh Yasdic (yayasan yang mengelola pesantren) untuk membantu pesantren memenuhi kebutuhannya. Hal ini dimaksudkan agar secara mandiri dapat memenuhi kebutuhannya secara financial dalam menjalankan dan mengembangkan pesantren. Unit usaha yang paling memberikan kontribusi signifikan adalah unit usaha Toksan. Unit usaha ini membantu para warga pesantren dalam memenuhi kebutuhannya khususnya para santrinya. Toksan menyediakan produk-produk yang menjadi kebutuhan warga pesantren. Produk-produk ini diperoleh dari *supplier* yang bekerja sama dengan pesantren. Produk yang dijual di

Toksan menurut pemaparan dari Ibu Asriaty merupakan produk yang didapatkan dari *supplier* dengan harga yang murah. Berikut pemaparan Ibu Asriaty sebagai Kepala Unit Usaha mengenai cara memperoleh produk dari *supplier*:

“Pertama, sebelum pesan barang. Cek *ki* [kita memeriksa] barang yang dibutuhkan dulu [terlebih dahulu, *baru sudah itu* [setelah itu] pilih *supplier* yang *coco'* [tepat], *kalo* ada *mi* [jika sudah menemukan] *supplier* yang tepat, *ma' order meki* [proses order barang dilakukan]. Nah *kalo coco' mi* [kalau sudah cocok] semuanya, survei harga barang *tob* di luar dulu [terlebih dahulu survei barang] *untu'* nanti [untuk kemudian] dijadikan harga jual di dalam, *ato* [atau] cek harga di pasarannya *berapa-berapa* [berapa harga] di pasar. Nah, baru kita menyesuaikan harganya. *Nda bisa ki kalo langsung-langsung jeki tentukan* [kalau langsung kami tentukan] harga yang murah *karna dapakki* [karena mendapat] harga yang ***murah*** dari *supplier*, nanti *kaa kita ji* [nanti kami yang] merusak harga pasar *kalo* [kalau] begitu”.

Sistem pengadaan barang oleh Ibu Asriaty dilakukan dengan baik. Mendapatkan *supplier* yang murah untuk dapat dijual kembali dengan murah kepada warga pesantren. Konteks murah ditujukan untuk membantu warga pesantren agar mereka terbantu dalam pemenuhan kebutuhannya. Terutama bagi santrinya agar mereka tidak perlu keluar pondok lagi untuk memenuhi kebutuhannya. Santri diharapkan, dengan konsep harga murah ini, mereka dapat betah dan senang tinggal di dalam lingkungan pondok dan fokus dalam belajar. Sehingga Ibu Asriaty senantiasa mencari *supplier* yang murah dan profesional:

“***Kalo mahal ki*** [jika kemahalan] pasti cari *ka* [saya mencari] yang lain dong. Sama *kalo nda on time ki* [juga jika tid-

ak tepat waktu] *na susai jeki* [akan sangat merugikan] apalagi *kalo* lain di *order* [terlebih jika lain yang dipesan] lain yang datang, pasti *nda* mi lagi *ambe' ka* [selanjutnya saya tidak akan ambil] barang *di* dia [*supplier*]”.

Ibu Asriaty mencari *supplier* dan setelah telah tercapai kesepakatan maka dilakukan pemesanan. Kemudian penentuan harga jualnya disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran agar tidak menjadi perusak pasar yang sudah terbentuk. Sedangkan untuk *supplier* harus disiplin. Barang yang diantarkan harus sesuai dengan yang dipesan dan tepat waktu. Maka jika *supplier* tidak disiplin dan tidak bekerja secara profesional maka Ibu Asriaty akan memutuskan hubungan dengan *supplier* tersebut dan mencari yang baru.

Proses pemesanan barang yang dilakukan Ibu Asriaty memberikan gambaran dalam penentuan harganya. Namun sebelum *me-mark up* produk yang akan dijual Ibu Asriaty selaku kepala unit usaha melakukan survei barang di pasar. Melalui harga yang berlaku atau survei di toko-toko yang berada di sekitar pesantren. Jika memberi harga yang di bawah standar, disamping merugikan pesantren juga akan merusak harga di pasar.

Sedangkan jika memang harga yang diperoleh dari *supplier* itu tinggi maka wajar sajalah jika harga yang dipatok di Toksan itu juga tinggi, namun Ibu Asriaty selalu mengupayakan mendapatkan harga yang rendah dari *supplier* atau minimal sama dengan harga yang ada di luar pesantren. Tetapi jika harganya terlalu tinggi maka tidak sesuai dengan dasar pemilihan *supplier*. Menurut pengakuan Ibu Asriaty, dasar dalam menjalin kerja sama dengan *supplier* itu ialah karena “murah, ketepatan waktu, dan sesuai kebutuhan”.

Barang dari pemasok Toksan didapatkan dengan harga yang murah. Berusaha mendapat pemasok dengan harga yang murah patut diberikan apresiasi yang tinggi, sebab Toksan berusaha untuk mem-

berikan harga jual yang murah:

“Saya jual lebih murah toh, pokoknya harus lebih murah dari pada toko yang ada di luar!. **Biar santri tidak perlu keluar lagi untuk belanja.** Karena makanan-makanan yang dijual di Toksan itu diperuntukkan buat santri makanya produk yang jenis *food* itu 10% dan *non food* 20%. Tapi kalau untuk perlengkapan santri biasanya dibelikan *ji* sama orang tuanya kecuali baju sekolah karena tidak ada lambang pesantrennya kalau dibeli dari luar”.

Ibu Asriaty menegaskan bahwa produk yang dijual di Toksan lebih murah. Produk yang dijual di Toksan lebih murah karena Ibu Asriaty berusaha untuk mendapatkan *supplier* yang lebih murah. Sehingga harga yang dilempar kepada warga pesantren notabene lebih murah. Mendapatkan *supplier* yang murah diharapkan mampu untuk membantu warga pesantren terkhusus para santrinya agar dapat lebih fokus dalam belajar. Tapi mengapa beberapa produk yang dijual tetap mahal dan kebanyakan dari produk itu menjadi kebutuhan utama dari para santri. Serta dengan sistem yang berlaku di pesantren, adanya larangan santri dilarang keluar pondok tanpa izin. Saling mendukunglah untuk mendapatkan keuntungan melalui sistemnya.

Sistem di pesantren yang tidak memberikan izin kepada santrinya keluar pondok memberikan peluang bagi yayasan untuk melakukan monopoli. Santri tidak bisa keluar pondok jika tidak ada izin dari pembinaanya. Sedangkan izin pun tidak bisa diberikan kepada seenaknya. Perlu beberapa pertimbangan, seperti yang diutarakan oleh Ustad Arief:

*“Iye, kaa lia’-lia’ ki dulu. Kaa ada beberapa juga pertimbanganna kalo saya. Kaya’, ini santri selalumi minta izin ato nda’. Kalo selalu mi, tida’ dikasi’ dulu. Nanti-nanttipi. Ato ini santri banya’ pelanggaranna ato nda’. Kalo bae’ ji baru jarang-jarangji melanggar kukasi’ ijinji”.*

(iya benar. Saya melihat beberapa pertimbangan terlebih dahulu. Misalnya santri ini sering meminta izin atau tidak. Atau santri ini sering melanggar atau tidak. Kalau kedua hal tersebut memenuhi syarat maka saya beri izin).

Ustad Arief selaku pembina di pesantren tidak serta merta dapat memberikan izin, perlu beberapa pertimbangan lain. Santri yang sudah sering izin akan sulit mendapatkan izin selanjutnya untuk keluar dari pesantren, terlebih jika santri yang akan meminta izin sering melanggar aturan pesantren maka akan semakin sulit mendapatkan izin keluar pesantren. Sedangkan untuk santri yang senantiasa bersifat baik dan taat kepada aturan maka akan dengan mudah mendapatkan izin keluar pondok. Sulitnya mendapatkan izin dari para pembina secara tidak langsung mendukung kuasa yang ada di yayasan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Keadaan seperti ini memberikan kuasa lebih kepada pihak pengelola untuk melakukan monopoli dalam perniagaan.

Kenyataan yang diperoleh dari informan mengenai harga jual di Toksan yang mahal berpendapat bahwa harga yang diberikan oleh Toksan untuk produk-produk yang menjadi kebutuhan utama itu mahal. Hal ini bertentangan dengan pernyataan yang mengatakan harus lebih murah dari pada toko di luar pondok. Melalui kesaksian santri yang bernama Akram yang membandingkan harga antara Toksan dan yang ada di luar jelas tidak menyesuaikan harga, melalui kuasanya memainkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang besar:

*“Sika’ gigi Kak, di luar toh rua sa’bu limbi’ji, nampa di Toksang ampa’ ribu, sabung mandi juga Kak di luar toh tiga ribuji, di Toksang toh limsa’. Air botol na J.S Kak ta’ dua ribu ji di luar baru di Toksang tiga ribu. Paling sangar air gelas Kak, deh kalo di Top Mode (salah satu super market yang berada di sekitar Pe-*

*santrén) toh tiga ratusji nampa di Toksang deb sisa'bu, punna Aqua iyya ka mungking ji. Anne ka deb J.S ji nampa ka'jalaki*" (sikat gigi Kak, harga di luar itu hanya dua ribu sedangkan di Toksan sebesar empat ribu. Kemudian sabun batang untuk mandi, harga di luar itu hanya tiga ribu sedangkan di Toksan sebesar lima ribu. Ada juga air botol merek J.S di luar itu harganya dua ribu sedangkan di Toksan tiga ribu. Yang paling parah itu air gelas merek J.S di Top Mode Cuma tiga ratus sedangkan di Toksan seribu. Kalau merek Aqua mungkin saja, ini hanya J.S dan harganya sangat mahal).

Sistem dan kuasa sudah saling mendukung untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Kenyataan yang bertolak belakang dengan konsep murah yang ditawarkan yayasan dengan yang terjadi di lapangan menandakan adanya sistem yang tidak berjalan dengan baik. Yayasan harus lebih jeli melihat ketidaksesuaian antara konsep dan teknis yang terjadi serta memperhatikan kuasanya dalam menentukan harga jual. Manajemen yayasan senantiasa memperbaiki kinerja dan terus membenah untuk kebaikan pesantren. Namun yang terjadi, pemikiran warga pesantren terhadap manajemen yayasan sudah terlanjur terkontaminasi dengan kuasa ekonomi.

Tujuan mulia untuk membantu pesantren dalam menjalankan operasional pesantren dan untuk kebutuhan membayar gaji karyawan, guru, serta pembinanya melalui keuntungan unit usahanya tidak menyalahi. Akan tetapi proses dalam memperoleh keuntungannya yang perlu dicermati. Konsep murah hanya berlaku untuk yang diperoleh dari *supplier* bukan untuk harga jual yang diberikan kepada warga pesantren. Upaya dari Ibu Asriaty untuk mendapatkan *supplier* yang murah untuk dijual kembali di Toksan kenyataannya tidak diridhoi oleh warga pesantren yang mengeluh dan kecewa dengan harganya yang mahal karena Toksan terlalu besar dalam mengambil keuntungan.

Santri yang mengeluh sejatinya tidak hanya dua santri yang menjadi informan dalam penelitian ini pada bab sebelumnya, namun hampir seluruh santri mengeluh atas penetapan harga yang tinggi tersebut. Pendapat Ustad Arief saling terhubung dengan pendapat Ibu Asriaty yang menjelaskan bahwa sebenarnya mengenai izin santri merupakan hak prerogatif dari bagian kekampusan (organisasi yang mengatur kehidupan santri di pondok) yang memberlakukan aturan tersebut. Kenyataan yang terjadi dari penerapan sistem ini menghadirkan kuasa ekonomi dalam penentuan harga jual di unit usaha Toksan dengan harga yang tinggi dan menindas yang lemah. Baik disengaja maupun tidak disengaja hal inilah yang terjadi, ketika sistem yang berlaku saling mendukung untuk mendapatkan keuntungan yang besar di unit usaha. Hal ini karena harga yang mahal ini banyak warga pesantren yang mengeluh baik karyawan, pembina, dan terlebih santri karena kehadiran Toksan seharusnya membantu mereka dalam memenuhi kebutuhannya.

Harga "murah" yang dimaksud oleh yayasan ini merupakan upaya untuk "memaksimalkan laba" bagi pesantren. Keuntungan ini akan digunakan untuk operasional pesantren. Tidak ada yang salah sampai di sini. Maksimalisasi laba untuk pesantren apalagi diniatkan untuk kegiatan operasional pesantren bukanlah merupakan hal yang diharamkan dalam perniagaan. Namun perlu diketahui dalam sistem Islam tidak dibenarkan jika ada sesuatu yang tidak diridhoi dalam sebuah prosesnya. Semuanya harus ikhlas dan ridho mulai dari niat hingga hasil yang diperoleh.

### ***Deh Eroki Nai' Haji***

Alasan yayasan dalam mendirikan Toksan bertujuan untuk membantu para warga pesantren untuk memenuhi kebutuhannya dan alasan yang kedua sebagai swadaya yang keuntungannya digunakan untuk pengembangan pesantren. Berbeda dengan apa yang terjadi di lapangan dengan

konsep berdirinya Toksan seperti yang dijelaskan Yayasan. Toksan sebagai swadaya pesantren yang menjual produk-produk yang menjadi kebutuhan para warga pesantren tidak memberikan manfaat secara penuh.

Harga yang menindas dari tawaran Toksan membuat para warganya mengeluh, bahkan orang tua santrinya pun ikut mengeluh dengan harga yang tinggi tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Ustad Arief selaku salah seorang pembina pesantren:

*“Deh kajjalaki memang iya. Deh eroki nai’ Haji. Makana biasa tongi itu ada orang tuana santriana moro-moro. Masalahna toh dia mara-mara di saya. Nampa nakke tena kuissengi. Bilangja saja sabarki pak bu’. Tida’ semuana ji mahal. Kalo datangi menjengu’ belikan memami anatta biar nda terlalu banya’ pengeluarannta”.*

(Harga di Toksan memang mahal. Duh Haji. Makanya terkadang orang tua santri marah-marah. Masalahnya Kak, mereka marah-marahnya ke saya. Sedangkan saya tidak tahu apa-apa. Saya Cuma mengatakan kepada mereka, sabar Bapak Ibu. Tidak semua barangnya mahal kok. Kalau misalnya Ibu dan Bapak datang menjenguk anaknya, sebaiknya beli memang di luar biar pengeluarannya tidak terlalu banyak).

Ustad Arief mengungkapkan *“eroki nai’ haji”* ialah istilah dan sindiran kekecewaan ketika menjumpai harga yang mahal. Harga yang terlampaui mahal dari beberapa produk diistilahkan olehnya *“haji”* atau *“ingin naik haji”*. Jika banyak produknya laku maka makin banyak mendapatkan keuntungan. Karena biaya naik haji yang mahal makanya diistilahkan *“haji”* karena ingin naik haji melalui harga tinggi yang diterapkan oleh Toksan.

Ustad Arief juga mengungkapkan bahwa orang tua santri resah dan terkadang marah-marah. Orang tua santri ini datang dan marah kepada pembina pesantren

mengenai harga jual tinggi yang ada di Toksan. Ustad Arief juga sebenarnya tidak paham mengenai alur penentuan harga dari Yayasan untuk diberikan kepada Toksan. Oleh sebab itu, dia tidak mampu menjawab dari pertanyaan-pertanyaan orang tua santri ketika ditanya mengenai hal tersebut terlebih terkadang mereka datang bertanya sambil marah-marah. Maka dengan sopan dan santun Ustad Arief menanggapi mereka dengan memberikan saran *“sabarki pak bu’. Tida’ semuana ji mahal. Kalo datangi menjengu’ belikan memami anatta biar nda terlalu banya’ pengeluarannta* (sabar Bapak, Ibu. Tidak semua barangnya mahal kok. Kalau misalnya Ibu dan Bapak datang menjenguk anaknya, sebaiknya beli memang di luar biar pengeluarannya tidak terlalu banyak).

Ustad Arief berusaha dengan tenang memberikan masukan kepada orang tua santri, terkadang ada yang menerima terkadang ada juga yang tetap marah. Kejadian-kejadian seperti ini patut menjadi perhatian Yayasan untuk menjalankan kuasanya dalam menentukan harga jual. Pihak-pihak eksternal juga resah dengan harga yang demikian tinggi. Orang tua merasa ketika sudah ikhlas dan percaya sepenuhnya menitipkan anaknya di pesantren, namun niat ikhlas ini terganggu dengan harga yang mahal tersebut. Orang tua berpikir apakah kebutuhan anaknya akan terpenuhi, apakah uang bulanan atau mingguannya cukup untuk anaknya dalam memenuhi kebutuhannya. Pemikiran-pemikiran seperti inilah yang membuat para orang tua santri resah terhadap harga jual yang tinggi ini. Maka Ustad Arief menyarankan agar lebih baik membeli barang-barang yang menjadi kebutuhan anaknya di luar pondok terlebih dahulu sebelum datang untuk menjenguk anaknya di pesantren. Sejatinya Ustad Arief pun merasa kecewa dengan harga jual yang mahal ini:

*“Anu juga Kak nah, nda tau apa mi na cari itu kaa ka’jala sekali tanma memang. Ballisikku ja ciniki!. Itu saja air gelas mere’ J.S di Top Mode ta’ tiga ratus ji baru dia deh sisa’bu, tangkis mi itu. Kaa*

*menang banyak ki itue. Biasa lagi tanwa kalo ada kembali'na ana-anaka ta' limbi ato ta' sibi' ka na suru ji ambe' gula-gula, mau tanwa na pake itu uang recee naa un-tu' yang lainga apakah bisa tanwa na belli".*

(Ada lagi Kak, saya tidak tahu apa sebenarnya yang dicari dengan harga yang semahal itu. Saya merasa kesal. Air gelas merek J.S saja itu di Top Mode hanya tiga ratus sedangkan di Toksan segelasnya dihargai seribu, ini kan menang banyak. Kadang juga uang kembalian, misalnya uang receh seperti lima ratusan atau seratusan malah disuruh ambi; permen. Para santri kan butuh uang recehnya, ya kan bisa buat beli sesuatu nantinya!).

"Ballis" merupakan bahasa Makassar yang dapat diartikan dengan marah. Ungkapan dari Ustad Arief ini menyiratkan kekecewaan dengan harga jual yang dilakukan oleh Toksan kepada warga pesantren. "Ballisikku" berarti "saya kecewa". Ustad Arief kecewa dengan harga jual ini. Kekecewaan ini berujung dengan membandingkan harga jual yang ada di Toksan dengan sebuah Market yang ada di sekitar pesantren. Perbandingan harga yang digunakan merupakan produk air minum kemasan dan di Top Mode. Lantas mengapa harga jual di Top Mode lebih murah dan harga jual di Toksan mahal untuk minuman kemasan ini. Padahal yayasan yang diwakili oleh Ibu Asriaty sudah berupaya untuk mendapatkan *supplier* yang murah agar dapat membantu paraarganya.

Kekecewaan ini sebenarnya karena merasa kasihan kepada santrinya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dan juga khawatir. Melalui harga yang mahal tersebut ada kecenderungan santri sering kabur dari pesantren. Santri ini kabur karena terkadang mereka tidak mendapatkan izin dari pembina dan ada kebutuhan mereka yang mendesak untuk dipenuhi lantas mereka tidak punya cukup uang untuk membeli di Toksan. Ustad Arief mengungkapkan tidak serta merta mengeluarkan izin untuk para

santrinya.

Banyak pertimbangan-pertimbangan yang harus dipikirkan sebelum memberi mereka izin. Nah, ketika santri tidak mendapatkan izin maka terkadang santrinya melakukan hal yang nekat, yaitu kabur dari pesantren. Jelas hal ini bukanlah yang diinginkan setiap pembina pesantren terlebih orang tua santri. Mereka semua menghendaki jika para santri ini fokus dalam menimba ilmu di pesantren. Namun jika kebutuhan mereka sulit dipenuhi dengan harga yang dapat dijangkau maka hal-hal buruk inilah yang bisa terjadi.

Tidak hanya kecewa yang dirasakan Ustad Arief. Dia merasa ada kejanggalan dalam sistem di unit usaha Toksan. Unit usaha Toksan merupakan sebuah *mini market*, namun memiliki sistem seperti pedagang biasa *traditional market*. Mari kita perhatikan dari pernyataan Ustad Arief mengenai sistem di Toksan:

*"Di Toksan itu to Kak, tena memang label bargana di tiap barang-barangna, nda da juga itu na eeb, yang kertas-kertas kaa, apa seng arenna anjo, mmh.. struk naa yang kaya' di indomaret ato alfamart habaha. Jadi antekamma kulle ni issengi anjo bargana punna tena label harga sama struk naa!" anjo juga tena skeng-skeng baranna kalo belliki lassung-lassung bilang ta' rua' sa'bu kab ato berapakah anjo bargana, poko'na Kak silangsunnggang ji".*

(Jadi di Toksan itu Kak, tidak ada label harga (price tag), kemudian di Toksan juga tidak menyediakan.. apa namanya lagi? Yang kertas-kertas itu? Yaa struk belanjaan. Nah bagaimana kita bisa tahu mengenai harganya kalau tidak ada label dan struk belanjanya? Itu juga tidak di scan (barcode barang) kalau kita membeli. Pokoknya Kak langsung sebut harga, dua ribu atukah berapa harganya) (Ustad Arief menjelaskan dengan suara melengking diujung pernyataannya).

Tidak ada label harga yang diberikan di tiap-tiap produk dagangannya serta tidak adanya pembaca kode barang menandakan unit usaha Toksan ini tidak transparan dalam berniaga. Semakin menambah kekecewaan dari Ustad Arief mengenai tidak transparannya sistem yang berlaku di Toksan. Terbukti dari pemaparannya bahwa Toksan tidak memiliki label harga, struk pembelian, serta tidak adanya pemindai *barcode*.

Ustad Arief menyatakan “*Jadi antekamma kulle ni issengi anjo bargana punna tena label bargana sama struk naa!*” *anjo juga tena skeng-skeng baranna?* (Nah bagaimana kita bisa tahu mengenai harganya kalau tidak ada label dan struk belanjanya?). Karena tidak jelasnya harga jual yang ada di Toksan maka dengan dengan kuasanya dapat memainkan harga jual yang diberikan kepada pembeli yang datang. Jelaslah hal ini tidak benar dalam Islam. Konsep dalam Islam bahwa semua informasi mengenai barang dagangan harus disampaikan mulai dari keadaan fisiknya hingga harga jualnya. Tidak pada saat membayar pembeli kaget mendengar harganya yang tiba-tiba menjadi mahal. Yang biasanya harganya di pasaran murah, namun tiba-tiba menjadi mahal.

Tidak adanya label harga menandakan adanya sistem yang cacat di unit usaha Toksan. Pembeli tidak diperkenankan untuk mengetahui harga yang sebenarnya atau memanga harganya sudah seperti itu. Seperti yang dikatakan Ibu Bia salah seorang karyawannya: “*kalo barang-barang non food itu nai’na 10% ji di luar food itu 20% ji, tapi tanya meki Ibu Asry deh biar lebih jelas*”. Karyawan yang dimintai keterangan selalu mengarahkan kepada Ibu Asriaty selaku kepala dalam bidang unit usaha.

### **Kuasa atas Harga di Toksan**

Tingginya suatu harga akan berdampak kepada permintaannya di pasaran. Hal ini merupakan sebuah pemahaman umum di masyarakat ekonomi. Produk-produk yang menjadi kebutuhan pokok akan menjadi primadona dalam permintaan di pasar. Ibnu

Khaldun menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Mukaddimah:

“Maka ketika kota meluas dan banyak penduduknya maka harga-harga kebutuhan pokok seperti makanan pokok dan yang semisalnya menjadi murah dan kebutuhan-kebutuhan pelengkap, misalnya lauk-pauk, buah-buahan dan yang semakna menjadi mahal (2016, 647)”.

Permintaan dan penawaran salah satu faktor yang mempengaruhinya ialah perkembangan dari masyarakat dalam suatu tempat/kota/negara. Semakin berkembang masyarakat maka kebutuhan pokok pun menjadi meningkat hal ini berakibat penyediaan produk yang pokok menjadi prioritas untuk pengadaannya. Kemudian dengan semakin berkembangnya masyarakat maka semakin meningkat kebutuhan akan barang-barang yang yang mewah. Masyarakat berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut lantas barang mewah tersebut merupakan barang yang langka dan sedikit. Sehingga semakin sedikit dan menjadikannya semakin mahal. Proses permintaan dan penawaran inilah yang menjadi tolak ukur dalam penentuan harga di pasar.

Hal ini terjadi di unit usaha Toksan. Permintaan dari warga pesantren meningkat. Maka produk-produk yang menjadi prioritas pengadaannya menjadi banyak di Toko. Harga yang ditawarkan seharusnya menjadi semakin murah karena semakin banyaknya permintaan akan produk tersebut. Tetapi menurut para warga pesantren produk-produk yang menjadi kebutuhan pokok ini memiliki harga yang mahal. Hal ini terjadi karena kuasa yayasan atas harga untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Sistem dan kuasa untuk mendapatkan keuntungan telah berjalan beriringan dan saling membantu. Penjelasan pada bab sebelumnya yang mengemukakan santrinya tidak bisa keluar tanpanya izin dari pembiannya secara sadar maupun tidak sadar

membuat sistemnya menjadi monopoli. Hanya ada satu penyedia komoditi kebutuhan pokok yaitu unit usaha Toksan. Jika Ibnu Khaldun mengatakan monopoli merupakan penimbunan komoditi yang akan dikeluarkan ketika pasar sudah sangat membutuhkannya (Khaldun, 2016) dan akan memberikan keuntungan yang sangat besar.

Para warga pesantren khususnya santri akan dengan berat hati tetapi karena tidak dapat keluar dari pondok dan sangat membutuhkan produk tersebut maka akan mengeluarkan biaya untuk memenuhi kebutuhannya. Harta yang diambil memang tidak diambil secara cuma-cuma, akan tetapi jiwa-jiwa tersebut merasa bergantung dengannya karena mereka memberikannya dalam keadaan terpaksa dan tidak ada kemampuan untuk menghindarinya. Sehingga santri yang membeli karena terpaksa statusnya seperti orang yang dipaksa (Khaldun, 2016).

Pembina pondok menyarankan untuk membeli produk dari luar yang memiliki harga yang lebih rendah dari pada yang ada di Toksan ketika hendak untuk menjenguk anaknya. Namun tidak semua santri memiliki orang tua yang tinggal dalam satu kota. Santri yang bersekolah berasal dari berbagai macam daerah, Sulawesi, Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Papua. Keadaan ini menjadi berat bagi santri ketika mereka tidak tinggal sekota dengan orang tua mereka. Kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pokok mereka. Penyedia pemenuhan kebutuhan ada di depan mata, namun harga yang ditawarkan dari produk tersebut mahal. Inilah yang dimaksudkan Sang Maha Kuasa "*Akhdz Amwal An-Nas bi Al-Bathil*" atau mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar (Khaldun, 2016).

Seharusnya ketika melakukan monopoli hati tidak akan tenang dan dihantui dengan kekuatan psikologis dari mereka yang menjadi korban monopoli, sehingga keuntungan yang diperoleh tidak akan membawa berkah atau cepat punah (Khaldun, 2016). Ataupun hal ini menjadi biasa sehingga tidak menjadikan mereka resah dari kuasa ini dalam menentukan harga dan sistem

yang mendukungnya, karena sudah menjadi terbiasa dan menjauh dari kuasa Allah untuk saling memberi pertolongan bagi mereka yang membutuhkan.

## Simpulan

Penelitian yang mengulas kuasa Yayasan Dana Islamic Center dalam mengelola unit usaha Toko Santri (Toksan) yang berfokus pada penentuan harga jualnya kepada warga pesantren. Simpulan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, yayasan menghadirkan Toksan agar memudahkan warga pesantren memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Kemudian untuk "membantu" dalam perkembangan pesantren. Indeksikalitas yang hadir ialah "membantu". Mengembangkan pesantren tentu membutuhkan biaya yang sangat besar dan melalui kuasanya, yayasan menghadirkan unit usaha Toksan sebagai salah satu cara untuk "mengumpulkan dana" guna membantu perkembangan pesantren. Karena pembayaran SPP dari santri tidak bisa diharapkan sepenuhnya untuk membantu biaya operasional pesantren. hal ini dikarenakan banyak dari santri yang sering menunggak pembayaran SPPnya.

Kedua, ialah *deh eroki nai' haji*. *Eroki nai' haji* merupakan bahasa Makassar yang berarti "mau naik haji". Ungkapan ini digunakan oleh narasumber ketika ditanya mengenai harga di Toksan. Istilah dan sindiran kekecewaan ketika menjumpai harga yang mahal. Harga yang terlampau mahal dari beberapa produk diistilahkan "haji" atau "ingin naik haji". Jika banyak produknya laku maka makin banyak mendapatkan keuntungan. Karena biaya naik haji yang mahal makanya diistilahkan "haji" karena ingin nak haji melalui harga tinggi yang diterapkan oleh Toksan.

Ketiga adalah murah. Sistem dan kuasa sudah saling mendukung untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Kenyataan yang bertolak belakang dengan konsep murah yang ditawarkan yayasan dengan

yang terjadi di lapangan menandakan adanya sistem yang tidak berjalan dengan baik. Yayasan harus lebih jeli melihat ketidaksesuaian antara konsep dan teknis yang terjadi serta memperhatikan kuasanya dalam menentukan harga jual. Manajemen yayasan senantiasa memperbaiki kinerja dan terus membenah untuk kebaikan pesantren. Namun yang terjadi, pemikiran warga pesantren terhadap manajemen yayasan sudah terlanjur terkontaminasi dengan kuasa ekonomi. Harga murah yang dimaksud oleh yayasan ini merupakan upaya untuk memaksimalkan laba bagi pesantren.

Keuntungan ini akan digunakan untuk operasional pesantren. Tidak ada yang salah sampai di sini. Maksimalisasi laba untuk pesantren apalagi diniatkan untuk kegiatan operasional pesantren bukanlah merupakan hal yang diharamkan dalam perniagaan. Namun, perlu diketahui dalam sistem Islam tidak dibenarkan jika ada sesuatu yang tidak diridhoi dalam sebuah prosesnya. Semuanya harus ikhlas dan ridho mulai dari niat hingga hasil yang diperoleh.

Kuasa dan sistem sudah saling mendukung untuk melakukan monopoli. Harga jual yang mahal dan adanya aturan mengenai santri tidak bisa keluar tanpa seizin pembina dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan melalui perniagaan. Kuasa atas harga jual yang ditentukan dengan harga mahal dikarenakan santri yang ingin memenuhi kebutuhan hanya bisa membeli di Toksan.

#### Daftar Pustaka

- Afandi, A. K. (2012). Konsep Kekuasaan Michel Foucault. *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, 2(1), 131 – 149.
- Agustin, S. M. (2009). Foucault dan Komunikasi (Telaah Konstruksi Wacana dan Kuasa Foucault dalam Lingkup Ilmu Komunikasi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 199 – 211.
- Akhtyamova, N., Panasyuk, M., & Azitov, R. (2015). *The Distinctive Features of Teaching of Islamic Economics: Philosophy, Principles and Practice*. Paper presented at the Procedia - Social and Behavioral Sciences.
- Alimuddin. (2009). Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Keadilan dalam Islam. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(4), 523 – 547.
- Fahad, F., & Utomo, C. (2013). Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah pada Proyek Perumahan Soka Park, Bangkalan. *Jurnal Teknik ITS*, 2(2), 173 -177.
- Freund, P., & Abrams, M. (1976). Ethnomethodology and Marxism: Their Use for Critical Theorizing. *Theory and Society*, 3 (3), 377 – 393.
- Garfinkel, H. (1967). *Study in Ethnomethodology*. . New Jersey: Prentice Hall.
- Ghodspour, S. H., & O'Brien, C. (2001). The total cost of logistics in supplier selection, under conditions of multiple sourcing, multiple criteria and capacity constraint. *International Journal of Production Economics*, 73(1), 15-27.
- Hakim, M. A. (2015). Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam. *Iqtishadia*, 8 (1), 19 – 40., 8(1), 19-40.
- Hasyim, H. (2010). Watak Peradaban dalam Epistemologi Ibnu Khaldun. *Humaniora*, 22(3), 336 – 347.
- Hidayatullah, I. (2018). Pandangan Ibnu Khaldun dan Adam Smith tentang Mekanisme Pasar. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 117 – 145.
- Huda, C. (2013). Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam; Ibnu Khaldun. *Economica*, 4(1), 103-124.
- Kamayanti, A. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi*. Jakarta Yayasan Rumah Peneleh.
- Kasdi, A. (2014). Kasdi, A. 2014. Pemikiran Ibnu Khaldun dalam Perspektif Sosiologi dan Filsafat Sejarah. *Fikrah*, 2 (1), 291 – 307, 2(1), 291 – 307.
- Khaldun, A.-A. A. b. M. (2016). *Mukaddimah* (M. Irham, M. Supar, & A. Zuhri, Trans.). Jakarta: Pustaka Al-Kausar.
- Mulawarman, A. D. (2016). *2024 Hijrah Untuk Negeri*. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.
- Mursy, A. L., & Rosidi. (2013). Sentuhan Rasa di Balik Makna Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(2), 165-176.
- Ramadhan, A. (2016). Honda dan Yamaha Diduga Bersekongkol Tentukan Harga Skuter. *Tempo.co*. <https://>

- bisnis.tempo.co/read/788790/honda-dan-yamaha-diduga-bersekongol-tentukan-harga-skuter
- Samsinas. (2009). Samsinas. 2009. Ibnu Khaldun: Kajian Tokoh Sejarah dan Ilmu-Ilmu Sosial. . *Jurnal Hunafa*, 6(3), 329 – 346.
- Saragih, F. A. (2017). Penjelasan KPPU Menetapkan Yamaha dan Honda Bersalah. *Kompas.com*. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2017/02/21/082200115pejelasan.kppu.menetapkan.yamaha.dan.honda.bermasalah>
- Serliana, N., & Widjaja, Y. R. (2013). Pengaruh harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual produk t-shirt pada cv. Tridharma persada bandung. . *Jurnal Ecodemika: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 67 - 74.
- Slat, A. H. (2013). Analisis Harga Pokok Produk dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal EMBA*, 1 (3), 110-117.
- Triyuwono, I. (2013). *Makrifat Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Pengembangan Disiplin Akuntansi*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado.
- Triyuwono, I. (2015). *Akuntansi Syariah: Perspektif, Metodologi, dan Teori*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ulum, B. (2016). Kontribusi Ibnu Khaldun Terhadap Perkembangan Ekonomi Islam. . *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 17 – 32.
- Ulya, H. N. (2015). Permintaan, Penawaran dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun. *Justicia Islamica: Jurnal Kajian Hukum dan Sosial*, 12(2), 147–168.
- Zuhroh, D., & Pratiwi, C. (2014). Penentuan Harga Jual Stratejik Terhadap Produk Dengan Biaya Rendah dan Diferensiasi *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 133-142.