

**KONSEP HARGA ADIL (*JUST PRICE*) DALAM PEMIKIRAN ABU
UBAID DAN TANTANGANNYA DI ERA PASAR DIGITAL****Akmalina Syahiroh¹, Sarmiana Batubara²**

UIN Syahada Padangsidempuan

Email: akmalinasyahiroh@gmail.com**ABSTRACT**

This study aims to analyze the application of the concept of just price in Abu Ubaid's thinking and its challenges in the digital market era. The problem formulation raised is how the concept of just price according to Abu Ubaid can be adapted in a dynamic digital market, and what challenges are faced in its implementation. The research questions posed are: (1) What is meant by just price according to Abu Ubaid and how is it relevant in the digital market? (2) What are the challenges faced in implementing just price in the digital market, and what solutions can be applied? This study uses a qualitative approach with library research methods and descriptive comparative analysis. The primary data used comes from Abu Ubaid's works, especially those discussing the concept of price, the role of the state in market regulation, and the principle of transaction justice. Secondary data is obtained from classical and contemporary literature on just price in Islam and price mechanisms in the digital market. The results of the study indicate that the application of the concept of just price according to Abu Ubaid in the digital market faces major challenges related to price transparency, the use of algorithms in pricing, and unequal consumer access to technology. To address these challenges, proposed solutions include improving digital literacy, implementing Islamic economic principles on e-commerce platforms, and strengthening equitable digital market regulations.

Keywords: *Fair Price, Abu Ubaid, Islamic Economics, Digital Market***ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan konsep harga adil (*just price*) dalam pemikiran Abu Ubaid dan tantangannya di era pasar digital. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana konsep harga adil menurut Abu Ubaid dapat diadaptasi dalam pasar digital yang serba dinamis, serta tantangan apa saja yang dihadapi dalam penerapannya. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) Apa yang dimaksud dengan harga adil menurut Abu Ubaid dan bagaimana relevansinya di pasar digital? (2) Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menerapkan harga adil dalam pasar digital, dan bagaimana solusi yang dapat diterapkan? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan (*library research*) dan analisis komparatif deskriptif. Data primer yang digunakan berasal dari karya-karya Abu Ubaid, terutama yang membahas konsep harga, peran negara dalam regulasi pasar, serta prinsip keadilan transaksi.

.

Data sekunder diperoleh dari literatur klasik dan kontemporer mengenai harga adil dalam Islam dan mekanisme harga di pasar digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep harga adil menurut Abu Ubaid dalam pasar digital menghadapi tantangan besar terkait dengan transparansi harga, penggunaan algoritma dalam penetapan harga, serta akses konsumen yang tidak merata terhadap teknologi. Untuk mengatasi tantangan ini, solusi yang diajukan termasuk peningkatan literasi digital, penerapan prinsip ekonomi Islam pada platform e-commerce, dan penguatan regulasi pasar digital yang berkeadilan.

Kata kunci: Harga Adil, Abu Ubaid, Ekonomi Islam, Pasar Digital

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi secara fundamental cara manusia bertransaksi, dari pasar tradisional menuju ekosistem e-commerce dan platform digital yang sangat dinamis. Digitalisasi ini menghadirkan berbagai inovasi model bisnis dan strategi penetapan harga, mulai dari personalisasi harga berbasis data, dynamic pricing, hingga skema promosi dan diskon agresif yang dirancang untuk menarik konsumen. Penelitian empiris di ranah e-commerce menunjukkan bahwa harga dan promosi digital merupakan faktor signifikan dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga mendorong pelaku usaha untuk terus berkompetisi melalui strategi harga yang kompetitif dan fleksibel (Nurlaila et al., 2025; Silvi Nur Octaviani et al., 2025). Namun, kemajuan tersebut juga melahirkan praktik penetapan harga yang menimbulkan persoalan keadilan, seperti ketidaktransparanan biaya, diskon semu, serta kebijakan platform yang membatasi otonomi penjual dan berpotensi merugikan pelaku usaha kecil maupun konsumen dalam jangka panjang (Kennedy, 2024; Nurlia et al., 2025). Fenomena ini memicu perdebatan serius tentang etika penetapan harga dan perlindungan konsumen di pasar digital.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga tidak dapat dipisahkan dari prinsip keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan larangan praktik yang merugikan salah satu pihak. Harga yang adil (just price) berlandaskan pada asas kerelaan timbal balik (an taradhin) dan al-‘adl (keadilan), yang berfungsi menjaga keseimbangan hak produsen dan konsumen serta stabilitas social (Azizah & Ihsan, 2025; Rahman & Nahei, 2025). Konsep harga adil juga terkait erat dengan mekanisme pasar yang sehat—berbasis permintaan dan penawaran—namun tetap membuka ruang intervensi negara ketika terjadi distorsi pasar demi melindungi kemaslahatan umum (masalah ‘ammah) (Kusuma, 2019; Moh. Asep Zakariya Ansori et al., 2024). Dalam kerangka ini, para pemikir ekonomi Islam klasik, termasuk Abu Ubaid, menempatkan negara sebagai aktor moral yang berkewajiban mengawasi pasar melalui institusi seperti hisbah, penegakan standar kejujuran, dan pengaturan harga (tas‘ir) dalam kondisi

darurat untuk mencegah kezhaliman (El Islami, 2023; Nur Arbaien et al., 2024; Rahman et al., 2025).

Di era pasar digital, penerapan prinsip keadilan harga Islam menghadapi tantangan baru. Transaksi yang dimediasi platform, algoritma rekomendasi, dan kontrak digital sering kali mengaburkan aspek kerelaan, transparansi biaya, serta kejelasan akad, sebagaimana tampak pada kasus potongan ongkir otomatis, biaya layanan tersembunyi, dan ketidakjelasan struktur biaya dalam e-commerce (Nurlia et al., 2025; Umniyah et al., 2025; Widjanarko et al., 2025). Praktik-praktik tersebut berpotensi mengandung unsur *ghabn fāhiṣ* (kecurangan nilai yang merugikan signifikan) dan bertentangan dengan *maqashid al-syari'ah* dalam perlindungan harta, keadilan, dan kemaslahatan public (Albar et al., 2023; Putra & Hasanah, 2025). Di sisi lain, berbagai studi menunjukkan pentingnya merumuskan model tata kelola dan regulasi yang mampu menyeimbangkan inovasi digital dengan tuntutan etika dan keadilan harga, baik melalui penguatan regulasi syariah, mekanisme pengawasan hisbah, maupun kerangka tanggung jawab sosial platform untuk mencegah diskriminasi harga dan manipulasi konsumen (Dewi Mutmainnah, 2024; Nunan & Di Domenico, 2022).

Berbagai studi juga mengulas prinsip-prinsip keadilan dalam permintaan dan penawaran produk halal dan etis, menegaskan bahwa penerapan keadilan dalam informasi pasar dan penghindaran praktik penimbunan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membentuk keseimbangan pasar yang berkelanjutan (Putri et al., 2025). Selain itu, penelitian lain menegaskan relevansi prinsip keadilan, transparansi, dan larangan manipulasi harga dalam merespons problem mekanisme pasar modern, termasuk perlunya pengawasan pemerintah untuk mencegah distorsi dan ketidakadilan harga (Rahman & Nahei, 2025; Robiatul Rifkah & Khusnul Khatimah, 2023). Pada konteks ekonomi digital yang lebih luas, kajian mengenai relevansi dan tantangan penerapan prinsip ekonomi syariah menunjukkan bahwa ekonomi syariah berpotensi membentuk ekosistem digital yang lebih etis dan inklusif, tetapi menghadapi hambatan berupa keterbatasan regulasi, kesulitan memastikan kepatuhan produk digital terhadap syariah, dan rendahnya literasi keuangan syariah digital (M et al., 2024).

Meskipun demikian, terdapat beberapa kekosongan (research gap) yang penting. Pertama, banyak penelitian mengenai harga adil dan penetapan harga syariah masih berfokus pada pemikiran tokoh seperti Ibnu Taimiyah, Ibnu Khaldun, atau kajian umum tentang prinsip keadilan tanpa mengelaborasi secara khusus kontribusi konseptual Abu Ubaid terkait harga adil, peran negara, dan institusi hisbah dalam konteks pasar kontemporer. Kedua, kajian penetapan harga dalam e-commerce perspektif hukum ekonomi syariah cenderung menyoroti aspek normatif umum seperti pentingnya transparansi, keadilan, dan larangan riba tanpa mengaitkannya secara spesifik dengan kerangka pemikiran ulama klasik tertentu dan tantangan teknis mekanisme harga berbasis algoritma, dynamic pricing, maupun kebijakan platform digital. Ketiga, masih terbatas penelitian yang

secara eksplisit menghubungkan konsep harga adil klasik dengan praktik dan regulasi penetapan harga di platform marketplace, termasuk isu pembatasan harga oleh platform, potensi penyalahgunaan posisi dominan, serta implikasinya terhadap keadilan bagi penjual kecil dan konsumen dari perspektif maqāṣid al-syarī'ah.

Bertolak dari realitas dan kesenjangan kajian tersebut, penelitian ini memiliki dua tujuan utama. Pertama, menganalisis secara mendalam konsep harga adil (*just price*) dalam pemikiran Abu Ubaid, khususnya terkait kriteria keadilan harga, mekanisme pasar, serta peran negara dan hisbah dalam menjaga keadilan dan kemaslahatan publik. Kedua, mengkaji tantangan penerapan konsep harga adil Abu Ubaid di era pasar digital serta mengidentifikasi bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam tentang keadilan harga dapat dioperasionalkan dalam konteks perdagangan digital yang berkembang pesat saat ini. Melalui tujuan ini, penelitian diharapkan mampu menyusun kerangka konseptual dan rekomendasi normatif yang relevan bagi pengambil kebijakan, pelaku usaha, dan pengembang platform digital dalam membangun ekosistem harga yang adil, transparan, dan berkelanjutan sesuai dengan maqāṣid al-syarī'ah

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) dan deskriptif-analitis komparatif. Pendekatan *library research* dipilih karena fokus kajian bertumpu pada analisis teks-teks klasik, seperti karya-karya Abu Ubaid, serta literatur kontemporer yang membahas harga adil dan pasar digital. Jenis penelitian deskriptif-analitis komparatif dipilih untuk mengkaji etika penetapan harga dalam perspektif Islam dan membandingkannya dengan dinamika penetapan harga di pasar digital saat ini.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari karya-karya Abu Ubaid, terutama yang membahas pasar, hisbah, dan kebijakan publik. Fokus utama dalam analisis adalah konsep harga, peran negara dalam regulasi pasar, serta prinsip keadilan transaksi dan hisbah. Data sekunder mencakup literatur klasik dan kontemporer yang membahas konsep harga adil/*just price* dalam Islam, serta pemikiran tokoh-tokoh ekonomi Islam seperti Ibn Taymiyyah, Abu Yusuf, al-Ghazali, dan Ibn Khaldun. Selain itu, literatur terkait dengan praktik dan etika penetapan harga di pasar digital, termasuk konsep *dynamic pricing*, *personalized pricing*, serta etika penggunaan algoritma dalam penentuan harga juga digunakan sebagai data sekunder.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi kepustakaan, di mana peneliti mengumpulkan, membaca, dan menyeleksi buku, artikel jurnal, prosiding, dan regulasi yang relevan dengan konsep harga adil, etika penetapan harga dalam ekonomi Islam, serta mekanisme harga di pasar digital. Sumber data diakses melalui penelusuran sistematis di database seperti Google Scholar dan DOAJ dengan kata kunci terkait,

termasuk “Abu Ubaid *tas‘ir*”, “*just price in Islam*”, dan “*algorithmic pricing ethics*”.

Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis isi (content analysis) kualitatif dan analisis komparatif normatif-kontekstual. Proses pertama adalah reduksi dan seleksi data, di mana teks-teks Abu Ubaid dan literatur lainnya disaring untuk fokus pada tema harga, keadilan, *tas‘ir*, dan peran negara. Data yang diperoleh juga dikelompokkan ke dalam kategori normatif Abu Ubaid dan kategori empiris-kontemporer yang berkaitan dengan mekanisme harga digital dan isu-isu keadilan konsumen. Analisis komparatif dilakukan untuk membandingkan konsep harga adil Abu Ubaid dengan formulasi harga adil dalam literatur ekonomi Islam mutakhir, serta dengan realitas dan masalah etis dalam penetapan harga di pasar digital. Hasil dari analisis ini akan digunakan untuk mengidentifikasi titik konvergensi, divergensi, dan ruang aktualisasi prinsip harga adil Abu Ubaid dalam konteks pasar digital.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan teks-teks Abu Ubaid dengan karya ulama lain serta literatur kontemporer, dan melakukan pembacaan berulang serta cross-checking untuk memastikan konsistensi interpretasi terhadap teks klasik dan relevansinya dengan kondisi pasar digital saat ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Harga Adil menurut Abu Ubaid

Dalam pemikiran Abu Ubaid, konsep harga adil (*just price*) lebih dari sekadar angka yang mencerminkan biaya produksi. Harga yang adil menurut Abu Ubaid harus mempertimbangkan kepentingan sosial dan moral masyarakat, dengan tujuan menciptakan keseimbangan yang adil antara kepentingan penjual dan pembeli. Abu Ubaid mengajukan bahwa harga tidak boleh didasarkan semata-mata pada keuntungan penjual, tetapi harus mengakomodasi kemampuan daya beli masyarakat dan kondisi pasar yang ada. Ia menekankan bahwa penetapan harga harus menghindari segala bentuk eksploitasi dari pihak manapun, baik oleh penjual yang berusaha meraih keuntungan berlebihan, maupun pembeli yang memanfaatkan ketergantungan atau kebutuhan pihak lain (Abu Ubaid, 1996).

Konsep harga adil ini berakar pada prinsip keadilan dalam transaksi yang bersifat timbal balik, di mana setiap pihak mendapatkan hak dan kewajibannya sesuai dengan yang sepantasnya. Hal ini menghindari praktik manipulasi atau ketidakadilan yang dapat merugikan salah satu pihak, terutama yang lemah dalam transaksi. Abu Ubaid juga mengingatkan agar harga disesuaikan dengan kondisi pasar yang ada, yang berarti harga harus mencerminkan nilai wajar dari suatu barang atau jasa, tanpa adanya penimbunan atau spekulasi yang bisa merugikan konsumen. Dalam

pandangan Abu Ubaid, penetapan harga yang adil adalah salah satu bentuk kontribusi untuk menjaga keadilan sosial, di mana transaksi ekonomi tidak boleh merugikan pihak yang lebih lemah dalam masyarakat (Abu Ubaid, 2017).

Lebih lanjut, Abu Ubaid menekankan peran negara dalam mengatur dan mengawasi pasar melalui sistem hisbah. Sistem ini berfungsi sebagai pengawasan publik untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi memenuhi standar keadilan dan tidak ada pihak yang dieksploitasi. Negara, menurut Abu Ubaid, bertanggung jawab untuk menciptakan iklim ekonomi yang adil dengan memastikan bahwa harga yang berlaku dalam pasar tidak menyebabkan ketimpangan sosial yang besar antara produsen dan konsumen. Negara juga memiliki kewajiban untuk bertindak sebagai mediator dalam konflik ekonomi yang mungkin muncul dan untuk menegakkan peraturan yang melindungi masyarakat dari praktek perdagangan yang tidak adil (Abu Ubaid, 1996; Hallaq, 2009).

Di dalam kerangka ini, keberlanjutan dalam transaksi ekonomi juga menjadi sangat penting. Keberlanjutan mengacu pada prinsip bahwa transaksi yang adil tidak hanya menguntungkan dalam jangka pendek, tetapi juga harus memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, tidak hanya produsen yang mendapatkan keuntungan, tetapi juga konsumen harus merasa aman dan sejahtera dari transaksi tersebut, baik dalam jangka pendek maupun panjang (Abu Ubaid, 1996).

Penerapan Konsep Harga Adil di Pasar Digital

Penerapan konsep harga adil dalam pasar digital memerlukan pendekatan yang holistik dan terintegrasi, mengingat dinamika pasar digital yang sangat berbeda dibandingkan dengan pasar tradisional. Salah satu cara utama untuk menerapkan konsep harga adil adalah melalui transparansi dan kejelasan transaksi. Platform digital harus memastikan bahwa semua informasi terkait harga dan biaya yang dibebankan kepada konsumen dapat diakses dengan mudah dan jelas. Hal ini termasuk pengungkapan biaya tambahan seperti biaya pengiriman, biaya administrasi, dan pajak, serta penjelasan mengenai perubahan harga yang mungkin terjadi, seperti dalam kasus *dynamic pricing*. Transparansi harga merupakan kunci untuk menghindari praktik harga tersembunyi atau manipulasi harga oleh algoritma, yang sering kali terjadi di platform-platform digital. Praktik ini tidak hanya melanggar prinsip keadilan yang diajukan oleh Abu Ubaid, tetapi juga dapat merugikan konsumen yang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana harga ditentukan (Zohar et al., 2021). Oleh karena itu, penting bagi platform digital untuk menyediakan informasi yang jelas mengenai struktur harga, termasuk

bagaimana harga dapat berubah dan apa saja faktor yang mempengaruhinya, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan adil.

Peningkatan literasi digital juga menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam menerapkan harga adil di pasar digital. Konsumen perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai bagaimana transaksi digital berfungsi, termasuk mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen dan cara kerja algoritma harga yang digunakan oleh platform digital. Tanpa literasi digital yang memadai, konsumen mungkin tidak menyadari bahwa mereka dikenakan harga yang lebih tinggi berdasarkan data pribadi mereka atau perilaku pencarian yang mereka lakukan. Oleh karena itu, untuk menciptakan pasar yang lebih adil, pendidikan dan pelatihan mengenai ekonomi digital dan transaksi online harus diperkenalkan lebih luas, baik di tingkat pendidikan formal maupun melalui program literasi digital berbasis masyarakat. Dengan demikian, konsumen akan lebih siap untuk menilai apakah harga yang mereka bayar sudah adil, serta dapat menghindari potensi eksploitasi dari perusahaan-perusahaan besar yang memanfaatkan ketidaktahuan konsumen untuk keuntungan mereka (Binns, 2018).

Selain itu, penerapan prinsip ekonomi Islam pada platform e-commerce juga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan pasar digital yang lebih adil dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip seperti larangan riba (bunga), larangan transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan atau gharar (ketidakpastian), dan kewajiban menjaga keadilan dalam transaksi, sangat relevan untuk diterapkan dalam dunia e-commerce. Misalnya, prinsip *tas'ir* (penetapan harga) dalam ekonomi Islam yang mengutamakan keadilan bagi semua pihak dapat diadaptasi untuk mencegah manipulasi harga yang merugikan konsumen. Platform digital dapat mengadopsi kebijakan yang menghindari praktik predatory pricing atau harga yang dirancang untuk memonopoli pasar dengan merugikan konsumen atau pesaing kecil. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam model bisnis mereka, penyedia layanan digital tidak hanya menciptakan lingkungan yang lebih adil, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi dan sosial yang lebih luas (El-Gamal, 2006).

Tantangan dan Solusi di Era Pasar Digital

Meskipun konsep harga adil yang diajukan oleh Abu Ubaid sangat relevan untuk diterapkan dalam ekonomi modern, penerapannya dalam pasar digital menghadapi sejumlah tantangan yang lebih kompleks dibandingkan dengan pasar tradisional. Salah satu tantangan utama adalah transparansi harga. Dalam banyak platform digital, terutama di e-commerce dan marketplace, harga sering kali tidak sepenuhnya transparan, karena biaya tersembunyi seperti biaya pengiriman, biaya administrasi, atau biaya

tambahan lainnya sering kali tidak diinformasikan dengan jelas kepada konsumen. Selain itu, penggunaan algoritma untuk menetapkan harga juga dapat mengubah harga secara dinamis tergantung pada perilaku dan data pribadi konsumen. Hal ini bisa menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen dalam menentukan harga yang sebenarnya mereka bayar, yang jelas bertentangan dengan prinsip transparansi dalam konsep harga adil menurut Abu Ubaid (Zohar et al., 2021).

Dynamic pricing (penetapan harga dinamis), yang sering digunakan oleh platform digital, juga menjadi masalah. Penetapan harga yang berubah-ubah ini dapat sangat membingungkan bagi konsumen, terutama jika harga berubah secara tiba-tiba tanpa penjelasan yang memadai. Teknik ini sering kali digunakan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan menyesuaikan harga berdasarkan permintaan pasar atau informasi yang diperoleh dari konsumen, seperti perilaku pencarian atau lokasi geografis. Meskipun ini mungkin menguntungkan perusahaan dalam jangka pendek, namun dalam jangka panjang dapat merugikan konsumen yang tidak dapat memprediksi atau mengontrol fluktuasi harga yang mereka hadapi (Chevalier & Goolsbee, 2003).

Selain itu, persaingan harga yang sangat agresif di pasar digital juga dapat menjadi tantangan. Banyak perusahaan, terutama yang lebih besar dengan sumber daya lebih banyak, menggunakan teknik harga berbasis algoritma yang memungkinkan mereka untuk memanipulasi pasar dengan cara yang merugikan pesaing kecil atau konsumen itu sendiri. Teknik seperti personalized pricing, yang menyesuaikan harga berdasarkan data pribadi konsumen, dapat menyebabkan ketidakadilan. Konsumen dengan akses terbatas ke informasi atau kemampuan untuk memanfaatkan algoritma harga mungkin akan dibebani dengan harga yang lebih tinggi (Binns, 2018). Ini menciptakan ketidakseimbangan yang tidak adil dalam harga yang dikenakan pada konsumen yang kurang terinformasi.

Masalah lain yang tak kalah penting adalah akses dan inklusi digital, di mana ketidaksetaraan dalam akses terhadap teknologi digital dapat memperburuk ketidakadilan dalam pasar. Konsumen yang tidak memiliki akses yang memadai ke internet atau perangkat digital, atau yang tidak memiliki keterampilan literasi digital yang cukup, akan kesulitan untuk mengambil bagian dalam pasar digital dengan cara yang adil. Hal ini dapat menyebabkan ketidaksetaraan dalam transaksi, karena mereka yang memiliki akses lebih baik akan mendapatkan informasi lebih banyak dan bisa memanfaatkan harga yang lebih menguntungkan. Di sisi lain, konsumen yang kurang terinformasi atau memiliki akses terbatas mungkin akan terjebak dalam praktik diskriminasi harga yang lebih merugikan (Baker, 2019).

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, penerapan prinsip harga adil yang diajukan oleh Abu Ubaid dalam pasar digital memerlukan pembaruan regulasi yang lebih ketat. Regulasi tersebut harus memastikan transparansi harga, perlindungan data konsumen, dan inklusi digital untuk memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat terlibat secara adil dalam transaksi digital. Kebijakan yang berfokus pada keberlanjutan sosial dan ekonomi perlu dikembangkan untuk menciptakan pasar digital yang lebih adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep harga adil menurut Abu Ubaid, yang berlandaskan pada prinsip keadilan, kerelaan timbal balik, dan kesejahteraan sosial, tetap relevan dan dapat diterapkan dalam konteks pasar digital yang berkembang pesat. Namun, penerapannya menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan transparansi harga, penggunaan algoritma dalam penetapan harga dinamis, dan ketidakmerataan akses digital yang dimiliki oleh konsumen. Abu Ubaid menekankan pentingnya peran negara dalam mengawasi pasar untuk menjaga keseimbangan dan mencegah eksploitasi, yang masih sangat relevan dalam konteks pasar digital saat ini.

Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan regulasi yang lebih kuat untuk menciptakan ekosistem pasar digital yang adil, dengan penekanan pada transparansi harga dan perlindungan konsumen. Selain itu, penerapan prinsip ekonomi Islam dalam platform e-commerce dapat membantu menciptakan pasar yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan. Peningkatan literasi digital juga menjadi hal yang sangat penting agar konsumen dapat memahami transaksi digital dan mengidentifikasi praktik yang tidak adil.

Meskipun demikian penelitian ini memiliki keterbatasan yang terletak pada fokusnya yang lebih banyak membahas aspek teoretis dan konsep harga adil dalam pemikiran Abu Ubaid, tanpa mengkaji lebih dalam penerapannya di berbagai negara dengan regulasi yang berbeda. Penelitian ini juga belum menggali secara mendalam peran teknologi baru, seperti kecerdasan buatan, dalam penetapan harga di pasar digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi penerapan konsep harga adil dalam platform digital spesifik, seperti e-commerce atau fintech, dengan studi kasus di berbagai negara. Penelitian juga dapat fokus pada dampak penggunaan teknologi baru dalam penetapan harga dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi keadilan dalam transaksi digital, serta memperluas kajian terkait dampak sosial dan ekonomi dari algoritma harga dalam perspektif maqashid syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, K., Abubakar, A., & Arsyad, A. (2023). Islamic Business Ethics in Online Commerce: A Perspective from Maqashid Shariah by Imam Haramain. *Jurnal Islam Nusantara*, 7(2), 273. <https://doi.org/10.33852/jurnalnu.v7i2.501>
- Azizah, N. N., & Ihsan, K. N. (2025). Ricing Concept According To Islamic Law And Positive Law. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 12(2), 205–216. <https://doi.org/10.24952/masharif.v12i2.14946>
- Dewi Mutmainnah. (2024). Hisbah dalam Praktik Diskon Palsu pada Platform E-Commerce. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(4), 131–141. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i4.1762>
- El Islami, M. F. (2023). Development of Islamic Economic Ideas By Abu Ubaid With Monzer Kahf. *Zawiyah: Jurnal Pemikiran Islam*, 9(1), 100. <https://doi.org/10.31332/zjpi.v9i1.5831>
- Kennedy, A. (2024). Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(4). <https://doi.org/10.61292/eljbn.243>
- Kusuma, K. A. (2019). The Concept of Just Price in Islam: The Philosophy of Pricing and Reasons for Applying It in Islamic Market Operation. *Proceedings of the 5th International Conference on Accounting and Finance (ICAF 2019)*. Proceedings of the 5th International Conference on Accounting and Finance (ICAF 2019), Yogyakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/icafe-19.2019.19>
- M, A. A. P., Sri Wigati, Akbar, D., & Wicaksana, D. H. (2024). Relevansi dan Tantangan Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Era Ekonomi Digital. *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah Dan Hukum*, 5(5), 498–517. <https://doi.org/10.15642/mal.v5i5.392>
- 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>
- Nunan, D., & Di Domenico, M. (2022). Value creation in an algorithmic world: Towards an ethics of dynamic pricing. *Journal of Business Research*, 150, 451–460. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.032>
- Nur Arbaen, M. F., Dafi, I. A., Ramlan Sandiyana, D. S. S., Latifa, M., & Nurkaromah, S. R. (2024). Islamic Economics in Indonesia: Exploring the Philosophical Contributions of Imam Al-Ghazali and Imam Abu Ubaid. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4(1), 108–119. <https://doi.org/10.56799/jim.v4i1.6308>
- Nurlaila, N. S., Murtini, M., & Alim, T. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet

- dalam Aplikasi Axis di Kabupaten Magelang. *Journal of Management Branding*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.71326/jmb.v2i2.91>
- Nurlia, W., Saskia, A., Maulana, M. R., & Ramadhan, R. (2025). Penetapan Harga Dalam E-Commerce: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Fawaid: Sharia Economic Law Review*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.31332/flr.v7i1.11475>
- Putra, A., & Hasanah, U. (2025). Regulasi Potongan Ongkir Tanpa Konfirmasi Seller: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 117/2018 pada Kasus Shopee. *Realita: Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 23(1), 118–136. <https://doi.org/10.30762/realita.v23i1.511>
- Putri, F. W., Latifah, F. F., Ni'mah, N. F., Gabriella, S. M., & Hidayati, A. N. (2025). Prinsip Keadilan Dalam Teori Permintaan Dan Penawaran Ekonomi Islam. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 34–44. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v6i1.12119>
- Rahman, A., Zakiyah, M., & Anwar, K. (2025). Intervensi Pemerintah Terhadap Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iltizam: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 104–112. <https://doi.org/10.35316/iltizam.v3i1.7885>
- Rahman, Abd., & 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>
- Robiatul Rifkah, N., & Khusnul Khatimah, B. (2023). Permasalahan Konsep Harga Dan Solusi Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar Modern. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 183–191. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i2.1399>
- Silvi Nur Octaviani, Rakhmat Hadi Sucipto, & Tri Indah Annisa. (2025). Pengaruh Harga dan Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Perlengkapan Bayi Lanugo Baby Jakarta Barat. *EBISMAN eBisnis Manajemen*, 3(3), 16–35. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v3i3.1040>
- Umniyah, W., Abrori, F., Sufyanto, B., & Mustaqim Makky. (2025). Analisis Etika Jual Beli dalam Transaksi Shopee: “Perbandingan Sistem Pembayaran COD (Cash on Delivery) dan ShopeePay dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam”: Analysis of the Ethics of Selling and Buying in Shopee Transactions: "Comparison of COD (Cash on Delivery) and ShopeePay Payment Systems in the Perspective of Islamic Economic Law". *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(8). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i8.8070>
- Widjanarko, I. K., Hafidz, M. B., Jundiah, N. E., & Anjani, E. S. (2025). Implementasi Transaksi Digital dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 68–76. <https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.385>