

تحديد أسعار الملابس لمركز الخياطة بمعهد دار السلام كونتور للبنات الحرم الثالث في نظر فقه المعاملات

إمام كمال الدين

imamkamaluddin@unida.gontor.ac.id

زلفة السعدية

zulfatussadiyah@unida.gontor.ac.id

ماي سنتا رتنووتي

mayshinta@unida.gontor.ac.id

شهر نوفكا هداية

novikahidayah6@gmail.com

كلية الشريعة، جامعة دار السلام كونتور

ABSTRACT

In the right to set prices, Islam has set limits on setting a price so that something does not happen that harms one party. Similarly, what happened in the Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Campus 3 cooperative, this cooperative mixes apparel stock from old convection production with new stock. This study aims to determine the pricing of clothes according to fiqh muamalah. This research is a field research using data collection methods. The results of this study show that the Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 3 cooperative in setting the price of clothing by the student cooperative sets the price of old t-shirts is the price of old t-shirts that have a price of Rp. 90,000 sold with a profit of 15.5% to Rp. 104,000, while the price of new t-shirts is Rp. 97,000 sold with a profit of 7% to Rp. 104,000. Therefore, researchers hope that student cooperatives can distinguish the old price from the new price according to the quality of each garment.

Keywords: Pricing Application, Cooperation of Gontor for Girls Campus Three, Fiqh Muamalah.

المقدمة

في المجتمع، يعد البيع نشاطاً نمطياً يقوم به جميع البشر في أي وقت. لكن البيع الصحيح موافق بالشريعة الإسلامية لا يعني بالضرورة أن يقوم به كل المسلمين. بل هناك من لا يعرف عن الأحكام التي نصت عليها الشريعة الإسلامية في البيع. أحد العوامل التي يمكن أن تكون ضارة لكلا الطرفين هو وجود سعر غير عادل. إذا كان السعر غير عادل،

فيتردد الجناة في التداول أو سيضطرون إلى الاستمرار في التداول ويتكبدون خسائر. لذلك، اهتم الإسلام اهتمامًا كبيرًا لمفهوم الأسعار العادلة وآليات السوق المثالية. إذا كان السوق يعمل بشكل مثالي، فلا داعي لتحديد مستويات الأسعار. من المحتمل أن يؤدي التسعير إلى تشويه الأسعار، وبالتالي تعطيل آلية السوق نفسها.¹ روى ابن ماجه حديثاً عن أبي سعيد قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ فِي الْوَقْعِ، البيع جائز كلاهما يحبه (رواه ابن ماجه).²

بملاحظة الباحثة، كان هناك ارتفاع في الأسعار نتيجة ارتفاع أسعار المواد الخام المستخدمة. يعتبر موقع مركز الخياطة كمورد والشركة الطالبات كبائع، بينما يوفر مركز الخياطة أسعار الجملة لشركة الطالبات لتسعيورها. المشكلة التي تم أخذتها هي أن تحديد السعر في البداية يكون معيار السعر التالي، على سبيل المثال، في بداية معاملة مركز الخياطة، يكون سعر القميص هو ١٧٥.٠٠٠ روبية، إلى الشركة الطالبات في الوحدات، في الأسبوع التالي، أدى مركز الخياطة إلى زيادة سعر المواد الخام للقمصان مما تسبب في زيادة عدد سعر البيع إلى ٢٠١.٠٠٠ روبية.

زيادة الأسعار أيضًا زيادة الأسعار في التعاونيات الطلابية أيضًا. فالمشكلة أن ضابط الشركة الطالبات خلط جميع القمصان من الصفقة الأولى بقيمة ١٧٥.٠٠٠ روبية والمعاملة الثانية بقيمة ٢٠١.٠٠٠ روبية وتعميم سعر البيع على ٢٠١.٠٠٠ روبية. في جني الأرباح أو الأرباح من البيع، على وجه التحديد لا توجد حجة تنظمها أو تفسرها. ومع ذلك، يقدم بعض العلماء قيودًا أو أخلاقيات في البحث عن الربح.³

للإسلام مبادئ أحكاما في ممارسة التجارة، مثل تحريم الغش والتعظيم والاحتكار وبيع البضائع غير المشروعة والتمييز في الأسعار واستبداد طرف واحد والسعي لتحقيق أرباح عالية. يؤكد الإسلام بشكل كبير على قيمة العدالة في كل حياة بشرية. لذلك من

¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), ص. 330.

² Taqiyuddin An-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2010), ص. 266.

³ Adanan Murroh Nasution, Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam, *Jurnal El-Qonuny*, Vol. 4 No. 1 Edisi Januari-Juni 2018, ص. 91.

الطبيعي أن تتجلى العدالة في أنشطة السوق، وخاصة في الأسعار. رسول الله صلى الله عليه وسلم يصنف الربا أنه مبيعات باهظة الثمن تتجاوز ثقة المستهلك.⁴

يستخدم مصطلح تحديد الشخص في عالم الأعمال المرتبط بالسعر. التسعير له وظيفة واسعة في برامج التسويق. بالنسبة للمنتجين، يعد التسعير مهماً لأن هذا قرار يمكن أن يؤثر على تطور أعمالهم ووجودها وتدهورها. في تحديد السعر يحتاج إلى أن يحسب بعناية ودقة.⁵

التسعير هو عملية لتحديد مقدار الإيرادات التي تكسبها الشركة أو تحصل عليها من المنتج أو الخدمة التي تنتجها. كيفية التسعير ربط منتجاتنا بتطلعات السوق المستهدفة، مما يعني دراسة احتياجات المستهلكين ورغباتهم وتوقعاتهم. يمكن استنتاج أن تثبيت الأسعار هو إجراء أحادي الجانب يتخذه المنتجون لبيع منتجاتهم للجمهور بسعر معين.⁶

نظرية السعر حسب الاقتصاد الإسلامي

وفقاً لرشحات سيافي، لا يحدث السعر إلا في العقد، أي الشيء الذي يتم التخلي عنه في العقد، إما أقل أو أكبر أو مساوٍ لقيمة البضاعة. عادة ما يتم استخدام السعر كمبادلة للسلع التي وافق عليها كلا طرفي العقد. من هذا الفهم، يتم توضيح أن السعر هو اتفاق بشأن صفقة بيع وشراء السلع أو الخدمات التي يعرضها البائع على المشتري.⁷

العوامل المؤثرة في السعر

تشمل العوامل الأخرى جانب طلب والتكاليف التي يمكن أن تؤثر على الأسعار مراحل دورة حياة المنتج، والمنافسة، واستراتيجيات توزيع المنتج، واستراتيجيات الترويج، وتصورات الجودة.

(١) مراحل دورة حياة المنتج

⁴ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Ke-5 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), ص. 353.

⁵ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), ص. 62.

⁶ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), ص. 171.

⁷ H.M. Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, *Mazahib*, Vol. 4 No. 1, Juni 2007, ص. 93

في مرحلة التقديم، تحدد الإدارة سعرًا مرتفعًا بشكل عام على أساس أنها يمكن أن تغطي تكاليف تطوير المنتج في أقرب وقت ممكن لخصائص المنتج المناسبة لتلبية احتياجات العملاء بحيث تكون غير مرنة نسبيًا. ومع ذلك، عندما يكون السوق المستهدف الحساسية للسعر، يمكن لإدارة تسعيره عند مستوى السوق أو حتى أقل.

في مرحلة النمو، تبدأ الأسعار عمومًا في الاستقرار مع دخول المنافسين إلى السوق وزيادة العروض الحالية ويبدأ المنتج في جذب السوق الأوسع. مرحلة النضج، في هذا الوقت هناك زيادة المنافسة وعدم الكفاءة، والقضاء على التكاليف المرتفعة، بحيث يؤدي بشكل عام إلى تأثير خفض الأسعار. مرحلة الانحدار، في هذه المرحلة بشكل عام عن طريق المزيد من خفض الأسعار، بالإضافة إلى عدد قليل من المنافسين الذين يحاولون الانتباه إلى الطلب الضئيل للغاية.

٢) المنافسة

تنطلق المنافسة من وجود شركة تطبق أسعارًا عالية بحيث تدخل شركات أخرى إلى السوق. تؤدي المنافسة الشديدة إلى حروب أسعار. عادة ما تكون حروب الأسعار ناجمة عن تأثير عدد من سوء فهم المنافسين.^٨

٣) استراتيجية التوزيع

حتى إذا تم تحديد سعر أعلى من المعتاد، فلا يزال بإمكان المستهلكين شراء منتج إذا تم بيعه في محل بقالة. يمكن تحقيق التوزيع المناسب لمنتج جديد من خلال تحديد هامش أعلى مما هو معروض عادة. يمنح الاختلاف في هذه الإستراتيجية التجارية خصمًا كبيرًا بما يكفي لتغطية تكاليف الترويج وتحفيز الطلب على مستوى البيع بالتجزئة.^٩

٤) استراتيجية الترويج

^٨ Mumuh Mulyana, Inisiasi VI Strategi Penetapan Harga, Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran, Universitas Terbuka, ص. 46.

^٩ Arlina Nurbaity Lubis, Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis, (Universitas Sumatera Utara: USU digital Library, 2014), ص. 6

غالبًا ما تستخدم الأسعار كأداة ترويجية لزيادة اهتمام المستهلك. يعلن عمود البقالة الأسبوعي في الصحيفة، خاصة يومي السبت والأحد، عن بعض المنتجات بأسعار منخفضة خاصة.

٥) جودة التصور

تؤثر تصورات جودة المنتج أو الخدمة أيضًا على استراتيجية التسعير. غالبًا ما تتقاضى الشركة التي تحاول بناء صورة مرموقة أسعارًا أعلى لمنتجاتها. يميل العملاء إلى إدراك الأسعار المرتفعة بجودة عالية.^{١٠}

مفهوم السعر العادل

وفقًا لقاموس الإندونيسي، فإن كلمة عادل تعني "ليس من جانب واحد أو محايد، لصالح الحقيقة، أو مناسب أو غير تعسفي". لذلك يمكن تفسيره أنه عادل بسبب موقف خالٍ من التمييز والخداع. الشخص العادل هو الشخص الذي يلتزم بالمعايير القانونية، سواء القانون الديني أو القانون الوضعي (قانون الولاية) أو القانون الاجتماعي المعمول به (القانون العرفي). هناك ثلاث خصائص تميز العدالة:

١) العدالة موجهة للآخرين، ومشكلة العدالة والظلم لا يمكن أن تنشأ إلا في سياق بين البشر، لطلب شخصين على الأقل.

٢) يجب دعم العدالة لأنها تتعامل مع حقوق الآخرين.

٣) العدالة تتطلب المساواة، ويجب تحقيق العدالة للجميع بغض النظر عن هويتها.

إعلاء العدل في المجتمع هو ما يظهر الشريعة الإسلامية رحمة للبشرية جمعاء. العدالة المعنية تشمل جوانب الحياة في العمل، كإنصاف في تحديد الأسعار بين البائعين والمشتريين.^{١١}

¹⁰ Mumuh Mulyana, ص. 47-48.

¹¹ Arie Syantoso, Parman Komarudin, Iman Setya Budi, Ekonomi Islam atas Konsep Adil dalam Transaksi Bisnis, *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 1, Juni 2018, ص. 24.

لمحة عامة عن شركة الطالبات

الشركة هي وحدة أعمال تم إنشاؤها مع أساس الشريعة الإسلامية. شركة الطالبات بمعهد دار السلام كونتور الحرم الثالث للبنات هي الشركة المؤسسة تشارك في الأعمال التجارية لتلبية احتياجات الطلاب. عميق المعاملات اليومية لشركة الطالبات استخدامات في معهد دار السلام كونتور تطبيق إدارة معاملات المبيعات وشراء وإدارة البضائع التي داخل وخارج ولكن على الإدارة مدخرات الطلاب لا تزال تستخدم الطريقة دليل في شكل كتاب.¹²

يجب أن تكون الشركة أيضا فيلسية مع ما يتم تدريسه في الإسلام. الأخلاقيات المطبقة في التعاونيات يجب أن تتوافق مع أخلاقيات العمل الإسلامية، من المبادئ الأخلاقية الأعمال الإسلامية نفسها، أي مبادئ العدل والصدق أو اللطف، المسؤولية والإدارة الحرة. في إدارة الأعمال القائمة على الشريعة، ثم يجب على رجل أعمال مسلم أو مدير شركة انتبه إلى عدة جوانب، أهمها الجانب في الأعمال التجارية هي اتفاقية تطبق بين الجهات الفاعلة في مجال الأعمال من أجل شركاء. في اتفاقية العمل، العقد هو الرضا تدبير لمعرفة صحة الاتفاق. بسبب العقد الذي القيام به له عواقب على العالم والآخرة. بعد مقابلة مع قسم شركة الطالبات من بين الملابس المتنوعة الطلابية، أخذت الباحثة نوعين من الملابس الكثيرة ذات سعر بيع ضعيف وهما القميص والبنطل. يقال ليس جيدا لأن كلاهما له أسعار ترتفع دائما في كل مرة.

جدول ٣. قائمة أنواع وأسعار الملابس في شركة الطالبات

النمرة	نوع الملابس	سعر البيع القديم	سعر البيع الجديد
١	الفنييلة	٩٧,٠٠٠ روبية	١٠٤,٠٠٠ روبية
٢	بنطل	٨٧,٠٠٠ روبية	٩٤,٠٠٠ روبية
٣	البدة	١٨٨,٠٠٠ روبية	٢٠١,٠٠٠ روبية

¹² Abdul Aziz, Etika Bisnis Prespektif Islam, (Bandung: Alfabeta, 2013), ص. 37.

عند أختي سلوى تزكية كهيئة شركة الطالبات، من جدول أعلاه رؤية ظاهرة عن فرق بين الثمن الجديد والثمن القديم. فرق الثمن بين ٢.٠٠٠ روية إلى ١٢,٠٠٠ روية. وأعطى الباحثة سعر الملابس بسعر البيع الجديد، ذلك ثمن البيع بسبب اختلط ما تبقي من ملابس قديمة بمخزون ملابس جديدة ويبيعه بسعر الملابس الجديدة. تخالط بين ملابس القديمة بملابس الجديدة بسبب عدم دقة هيئة شركة الطالبات في تمييزها.^{١٣}

في معاملة سوف تكون دائماً مصحوبة بفائدة، مثل الفوائد في التسعير يمكن أن يساعد التسعير في تسهيل رحلة المعاملة. لذلك كما ناقش المؤلف، فإن التسعير في التعاونيات الطلابية مفيد للغاية. إذا طبقت التعاونية الطريقة في التسعير، فيمكن القول أن تحديد السعر سيكون صالحاً. من بينها التسعير على بقاء الشركة، زيادة تدفقات الربح، زيادة جودة المنتج، زيادة البائع، الحفاظ على حصتها في السوق وزيادتها، استقرار الأسعار.^{١٤}

في الإسلام هناك موضوعان في مناقشة ابن تيمية لمسألة السعر، الأول التعويض المتساوي أو العادل هو تعويض مناسب وهو القيمة السعرية المكافئة للعنصر وفقاً للعرف، والثاني السعر المتساوي أو العادل هو قيمة السعر الذي يبيع به الناس بضائعهم والتي يمكن قبولها عموماً على أنها ناسب مع البضائع التي يتم بيعها والسلع الأخرى المماثلة في مكان وزمان معيني.

أثر زيادة في أسعار الملابس بسعر المواد الخامات النهضة. تزداد الاحتياجات الأساسية أو المواد الخامات في ظل ظروف معينة، كما هو الحال في بداية الشهر حيث يحدد البائعون أسعاراً عالية لأنهم كيفون مع ندرة السلع التي يبيعونها يأخذ موظف هيئة شركة الطالبات في الاعتبار رأس المال، إذا زادت سعر الملابس المنتجة من انتاج مكتب الخياطة، فاحتسب شركة الطالبات رأس المال المستخدم وأطلع شركة الطالبات عن ترب أرباح المكتسبة أو حتى يميل إلى الخسارة. كما يلي مقابلة الباحثة مع إحدى هيئة شركة الطالبات.^{١٥}

^{١٣} نتيجة المقابلة من سلوى تزكية، (هيئة الشركة الطالبة بمعهد دارالسلام كونتور الحرم الثالث للبنات في ٢٣ يناير ٢٠٢٣).

^{١٤} Mumuh Mulyana, ص. 44.

^{١٥} نتيجة المقابلة من سلوى تزكية، (هيئة الشركة الطالبة بمعهد دارالسلام كونتور الحرم الثالث للبنات في ٢٣ يناير ٢٠٢٣).

طريقة التسعير للملابس شركة الطالبات

سعر الملابس الجاهزة لمركز الخياطة + الربح = سعر البيع

جدول ٤. طريقة التسعير للملابس القديمة في شركة الطالبات

النمرة	نوع الملابس	سعر الملابس الجاهزة	الربح	الجملة
١	الفنيلة	٩٠,٠٠٠ روبية	%١٥.٥	١٠٤,٠٠٠ روبية
٢	بنطل	٨٥,٠٠٠ روبية	%٩.٥٧	٩٤,٠٠٠ روبية
٣	البدلة	١٧٥,٠٠٠ روبية	%١٢.٤٨	٢٠١,٠٠٠ روبية

جدول ٥. طريقة التسعير للملابس الجديدة في شركة الطالبات

النمرة	نوع الملابس	سعر الملابس الجاهزة	الربح	الجملة
١	الفنيلة	٩٧,٠٠٠ روبية	%٧	١٠٤,٠٠٠ روبية
٢	بنطل	٨٧,٠٠٠ روبية	%٧	٩٤,٠٠٠ روبية
٣	البدلة	١٨٨,٠٠٠ روبية	%٧	٢٠١,٠٠٠ روبية

في هذه تحديد أسعار، في تسعير الملابس القديمة لها الربح الأعلى من تسعير الملابس الجديدة وحددت شركة الطالبات في بيعها الفنيلة القديمة والفنيلة الجديدة يستحقان السعر المثلي وأما من جودتها لها الجودة المتفرقة.^{١٦}

كما أوضح القسم الشركة أنها عند تحديد سعر الملابس القديمة سعره ٩٧,٠٠٠ روبية للفنيلة، ٨٧,٠٠٠ روبية للبنطل، ١٨٨,٠٠٠ روبية للبدلة ويوفر قسم شركة الطالبات في سعر الملابس الجديدة بسعر ١٠٤,٠٠٠ روبية للفنيلة، ٩٤,٠٠٠ روبية للبنطل، ٢٠١,٠٠٠ روبية للبدلة ويستسعر الملابس القديمة بسعر الجديد. السبب في قيام قسم شركة الطالبة بتسعير الملابس القديمة بأسعار جديدة هو بسبب اختلط مخزون الملابس بين الاثنين.^{١٧}

^{١٦} نتيجة المقابلة من أنهدية، (هيئة الشركة الطالبة بمعهد دار السلام كونتور الحرم الثالث للبنات في ٢٨ مارس

. (٢٠٢٣)

^{١٧} نتيجة المقابلة من سلوى تزكيا، (هيئة الشركة الطالبة بمعهد دار السلام كونتور الحرم الثالث للبنات في ٢٣ يناير

. (٢٠٢٣)

والثمن العادل عند ابن تيمية هو: "السعر الذي يبيع الناس، بارك الله فيك". سعر القيمة حيث يبيع الناس البند والاستلام بأسلوب جنرال لواء مثل ما يعادل مع البضائع المباعة أو أصناف مماثلة آخر المكان والزمان مؤكداً.¹⁸

الخاتمة

أجراها الباحثة تمكن الباحثة احد نتائج البحث مما يلي: إن أسعار ملابس شركة الطالبات بمعهد دار السلام كونتور الحرم الثالث للبنات بحيث لا تتوافق مع جودة الملابس من خلال مساواة سعر الملابس الجديدة بسعر الملابس القديمة، على سبيل المثال الملابس القديمة التي ينبغي بيعها مقابل ٩٧,٠٠٠ روبية تم بيعها بربح ١٥,٥٪ إلى ١٠٤,٠٠٠ روبية، وتم بيع البنطال القديم التي كان سعرها ٩١,٠٠٠ روبية بربح ٩,٥٧٪ إلى ٩٣,٠٠٠ روبية وتم بيع مجموعات الفتيحة القديمة التي كان سعرها ١٨٨,٠٠٠ روبية بربح ١٢,٤٨٪ إلى ٢٠٠,٠٠٠ روبية. السبب في قيام قسم شركة الطالبة بتسعير الملابس القديمة بأسعار جديدة هو بسبب اختلط مخزون الملابس بين الاثنين. وتحديد الأسعار بموازنة الملابس القديمة بالملابس الجديدة لا مبرر له؛ لأن تحديد الأسعار يتفق مع مبادئ المعاملة في الإسلام من خلال التفريق بين سعر البيع في جودة الملابس.

مصادر البحث

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Fatoni, Siti Nur. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hilal, Syamsul. 2014. Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam. *Asas Vol. 6 No. 2*.
- Karim, Adiwarman Azwar. 2015. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Cet. Ke-5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lubis, Arlina Nurbaity. 2014. *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*. Universitas Sumatera Utara: USU digital Library.
- Mulyana, Mumuh. *Strategi Penetapan Harga*. Materi Tutorial Online EKMA 4216 Manajemen Pemasaran. Universitas Terbuka.

¹⁸ Syamsul Hilal, Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam, *Asas Vol. 6 No. 2*, Juli 2014, ص. 26.

- Nasution, Adana Murroh. 2018. Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuny*. Vol. 4 No. 1. Januari-Juni.
- Nuryadin, H.M. Birusman. 2007. Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*. Vol. 4 No. 1. Juni.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Syantoso, Arie. 2018. Ekonomi Islam atas Konsep Adil dalam Transaksi Bisnis. *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 1. Juni