

Etika Bisnis Islam dalam Menanggapi Fenomena Harga Obat yang Tinggi di Apotek

Fauziah Aini^{1*}, Mei Santi²

^{1,2}Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam, Jalan Pahlawan No. 27, Gang 3, Ketanon, Kedungwaru, Tulungagung, Jawa Timur 66226

fauziahaini29@gmail.com*

Received: 2025-June-25

Rev. Req: 2025-June-28

Accepted: 2025-June-29

ABSTRACT: *The phenomenon of high drug prices in pharmacies is a serious problem that impacts public access to fair and affordable healthcare. From an Islamic perspective, pricing is not only related to economic aspects, but also moral and social aspects. This study aims to examine the implementation of Islamic business ethics principles in addressing the reality of high drug prices in pharmacies. The method used was library research, analyzing relevant classical and contemporary literature. The results of the study indicate that Islamic business ethics principles such as *ṣidq* (honesty), *‘adl* (justice), and *amanah* (responsibility) can serve as guidelines for setting prices that are fair, transparent, and in favor of consumer welfare. Although some pharmacies have implemented these principles, inappropriate practices such as not listing the Highest Retail Price (HET) or taking excessive profit margins are still found. Therefore, internalizing Sharia values is urgent in building a pharmaceutical business system that is fair, professional, and religiously oriented.*

ABSTRAK: Fenomena harga obat yang tinggi di apotek menjadi persoalan serius yang berdampak pada akses masyarakat terhadap layanan kesehatan yang adil dan terjangkau. Dalam perspektif Islam, penetapan harga tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga moral dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi prinsip etika bisnis Islam dalam menghadapi realitas tingginya harga obat di apotek. Metode yang digunakan adalah *library research* dengan menganalisis literatur klasik dan kontemporer yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti *ṣidq* (kejujuran), *‘adl* (keadilan), dan *amanah* (tanggung jawab) dapat menjadi pedoman dalam menetapkan harga yang wajar, transparan, dan berpihak pada kemaslahatan konsumen. Meskipun terdapat apotek yang telah menerapkan prinsip tersebut, masih ditemukan praktik yang tidak sesuai seperti tidak mencantumkan Harga Eceran Tertinggi (HET) atau mengambil margin keuntungan berlebih. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai syariah menjadi urgensi dalam membangun sistem bisnis farmasi yang adil, profesional, dan bernilai ibadah.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Drug Prices, Justice, Pharmacies, Sharia Economics.*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang ditandai dengan percepatan arus informasi dan perkembangan teknologi, sektor kesehatan mengalami transformasi signifikan, termasuk dalam penyediaan obat-obatan. Apotek sebagai unit usaha strategis di bidang farmasi tidak hanya dituntut untuk menyediakan obat secara cepat dan tepat, tetapi juga harus

memperhatikan etika bisnis yang mengedepankan kepentingan masyarakat. Persaingan yang semakin ketat membuat banyak pelaku usaha fokus pada aspek komersial semata tanpa mempertimbangkan nilai-nilai keadilan sosial dalam praktik penetapan harga obat. Hal ini dapat berdampak pada rendahnya kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan kesehatan, terutama jika harga yang ditawarkan jauh dari kewajaran.¹

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas bisnis harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), amanah, serta tanggung jawab sosial. Penetapan harga, sebagai bagian penting dari transaksi, tidak boleh mengandung unsur eksploitasi, penipuan (*tadlīs*), ataupun ketidakjelasan (*ghharar*). Harga yang adil merupakan wujud dari prinsip maslahat dan keadilan bagi seluruh pihak yang terlibat (Lestari, 2023). Oleh karena itu, bisnis apotek yang berbasis syariah perlu memastikan bahwa kebijakan harga yang diterapkan sejalan dengan prinsip etika Islam demi menjaga keberkahan usaha serta kepercayaan publik. Lebih lanjut, dimensi fikih kontemporer juga memberikan panduan tambahan, seperti dalam Fatwa DSN-MUI No. 53/DSN-MUI/III/2006 tentang Jual Beli dengan Margin (*Murābahah*), yang menekankan pentingnya keterbukaan harga dan larangan mengambil keuntungan yang berlebihan (*ghabn fāhiḥ*). Meskipun fatwa tersebut berfokus pada pembiayaan, prinsip dasarnya relevan untuk praktik dagang di sektor kesehatan, yaitu keharusan untuk bersikap jujur, transparan, dan menghindari penetapan margin keuntungan yang merugikan konsumen. Hal ini menjadi penguat bahwa praktik dagang halal dalam sektor farmasi tidak hanya dinilai dari jenis barang, tetapi juga dari keadilan dalam penetapan harga serta perlakuan terhadap konsumen.²

Namun dalam praktiknya, masih sering ditemukan apotek yang menetapkan harga obat jauh di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) yang telah ditetapkan oleh pemerintah, terutama untuk obat generik maupun obat dalam kondisi darurat. Beberapa apotek juga tidak mencantumkan harga secara terbuka atau memberikan harga yang berbeda kepada konsumen yang sama, tergantung daya tawar masing-masing. Fenomena harga obat yang tinggi ini menjadi masalah serius karena menyangkut hak dasar masyarakat untuk memperoleh layanan kesehatan yang adil dan terjangkau. Praktik semacam ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi yang ditekankan dalam Islam.³

Sejumlah penelitian telah membahas relevansi penerapan etika bisnis Islam dalam dunia farmasi. Chintina & Safitri (2021) mengkaji implementasi konsep harga obat dalam pelayanan kefarmasian yang sesuai dengan syariah, sementara Rosidah (2023) menyoroti praktik penetapan harga jual obat generik yang masih mengandung potensi ketidakadilan. Studi-studi lainnya seperti Feri et al. (2023) dan Azimatul & Usfa (2024) juga menunjukkan adanya hubungan signifikan antara persepsi harga dan keputusan pembelian konsumen,

¹ Harun, Muh, Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Pada Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, E-ISSN :2599-3410, P-ISSN: 2614-3259, Juni 2023, 1874, available at: <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesy/article/view/1189>

² Lestari, Prinsip-prinsip Umum Etika Bisnis Islam, *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 2, P-ISSN: 2541-5212, E-ISSN: 25415520, November 2023, 226, <https://journal.lppmunasman.ac.id/index.php/jalif/article/view/4514>

³ Rosidah, D. A, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Harga Jual Beli Obat Generik di Apotek Rayhan Farma, Pagotan, Madiun, (IAIN PONOROGO), <https://etheses.jainponorogo.ac.id/18394/>

yang pada akhirnya menuntut pelaku usaha untuk bersikap lebih transparan dan etis dalam menetapkan harga.⁴

Fenomena tersebut menunjukkan perlunya kajian mendalam terhadap bagaimana prinsip etika bisnis Islam dapat merespons realitas harga obat yang tinggi di apotek. Oleh karena itu, penelitian ini yang berjudul “Etika Bisnis Islam dalam Menanggapi Fenomena Harga Obat yang Tinggi di Apotek” bertujuan untuk meninjau secara normatif dan konseptual prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (šidq), keadilan (‘adl), dan amanah dalam konteks penetapan harga. Dengan menggunakan pendekatan studi pustaka (library research), penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan praktik bisnis farmasi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkeadilan, membawa maslahat, dan bernilai ibadah dalam pandangan Islam.⁵

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode library research (kajian pustaka), yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur, baik klasik maupun kontemporer, yang relevan dengan topik etika bisnis Islam dan penetapan harga obat. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan bersifat konseptual terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran (šidq), keadilan (‘adl), dan amanah, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat diimplementasikan dalam praktik penetapan harga di apotek.

Sumber-sumber yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini meliputi Al-Qur’an, hadis, kitab-kitab fikih muamalah, buku teks ekonomi Islam, jurnal ilmiah, serta peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kebijakan harga obat. Selain itu, untuk memperkuat konteks kontemporer, penelitian ini juga merujuk pada fatwa-fatwa dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang relevan dengan praktik perdagangan dan penetapan harga dalam sistem ekonomi Islam. Salah satu fatwa penting yang menjadi rujukan adalah Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Syirkah, yang menekankan prinsip transparansi dan keadilan dalam kerja sama bisnis, serta Fatwa DSN-MUI No. 53/DSN-MUI/III/2006 tentang jual beli dengan margin (murabahah) yang menegaskan pentingnya keterbukaan harga dalam transaksi.

Data yang diperoleh dari literatur dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis), yaitu dengan menelaah kandungan makna dan nilai yang terdapat dalam teks untuk disesuaikan dengan konteks penetapan harga dalam dunia farmasi. Selain itu, sebagai penguatan empirik, kajian ini juga membandingkan temuan pustaka dengan beberapa studi lapangan sekunder dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu terkait praktik harga di apotek, baik yang sesuai maupun yang menyimpang dari prinsip syariah.

⁴ Chintina N. P. & R. A. N. Safitri, Penerapan Konsep Harga Obat Menurut Perspektif Islam dalam Pelayanan Kefarmasian di Apotek (Kab. Semarang), <https://ejournal.uinsuka.ac.id/febi/skiej/article/view/2054>

⁵ Chintina N. P. & R. A. N. Safitri, Penerapan Konsep Harga Obat Menurut Perspektif Islam dalam Pelayanan Kefarmasian di Apotek (Kab. Semarang), <https://ejournal.uinsuka.ac.id/febi/skiej/article/view/2054>

Proses analisis dilakukan secara deskriptif dengan cara mengklasifikasi informasi penting, menginterpretasikan isi teks, dan merumuskan pandangan normatif Islam terkait harga yang adil dan beretika. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya khazanah keilmuan ekonomi Islam sekaligus menawarkan panduan nilai-nilai syariah dalam pengambilan kebijakan harga obat oleh pelaku usaha farmasi.

Langkah-langkah dalam studi pustaka ini dimulai dengan penentuan fokus topik dan rumusan masalah, lalu dilanjutkan dengan pengumpulan literatur dari berbagai sumber yang relevan. Kemudian dilakukan analisis isi terhadap literatur tersebut, termasuk perbandingan dengan fatwa DSN-MUI serta studi-studi lapangan terdahulu yang membahas etika penetapan harga di sektor farmasi. Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, dengan tujuan memberikan pemahaman konseptual terhadap praktik penetapan harga obat yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, serta mendorong implementasi nilai-nilai syariah dalam praktik ekonomi kontemporer.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Syariah

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya *ta etha*, berarti adat istiadat, kebiasaan, watak, akhlak, dan norma-norma yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Secara terminologis, etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip atau aturan yang mengatur perilaku manusia dalam menentukan apa yang dianggap benar dan salah dalam konteks sosial dan moral. Dengan demikian, etika tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan sesama, tetapi juga mencerminkan kualitas batin, integritas, dan kesadaran moral seseorang dalam bertindak. Etika menjadi pedoman penting dalam kehidupan sehari-hari karena menuntun individu maupun kelompok bertindak selaras dengan nilai kebaikan dan keadilan. Etika juga menjadi dasar pembentukan budaya dan norma sosial yang diterima secara kolektif, serta berfungsi sebagai kontrol sosial dalam menjaga harmoni dan keseimbangan antarindividu dalam masyarakat. Nilai-nilai yang terkandung dalam etika biasanya diwariskan secara turun-temurun dan menjadi kebiasaan atau adat yang mendarah daging dalam kehidupan masyarakat. Kebiasaan tersebut berkembang sedemikian rupa sehingga menjadi acuan dalam setiap aktivitas manusia, baik dalam konteks individu, keluarga, organisasi, maupun masyarakat luas. Oleh karena itu, etika bukan hanya sekadar teori moral, melainkan juga praktik kehidupan yang bersifat dinamis dan kontekstual, etika sangat erat kaitannya dengan nilai-nilai dalam kehidupan, baik yang bersifat individual maupun kolektif, dan nilai-nilai tersebut menjadi aturan tersendiri yang secara konsisten diamalkan sehingga membentuk pola perilaku sosial yang mapan dan berkelanjutan.⁶

Bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan, penghasilan, atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya melalui pengelolaan sumber daya ekonomi secara efektif dan

⁶ Angga Syahputra, *Etika Berbisnis dalam Pandangan Islam*, Jurnal At-Tijarah, Vol.1, No. 1, Januari 2019, 23, <https://media.neliti.com/media/publications/338697-etika-berbisnis-dalam-pandangan-islam-4ec4ff48.pdf>

efisien. Kegiatan bisnis mencakup berbagai proses yang terstruktur, mulai dari produksi, distribusi, pemasaran, hingga pelayanan terhadap konsumen, dengan tujuan utama menghasilkan nilai ekonomi yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup pelaku usaha. Secara umum, bisnis adalah aktivitas yang dijalankan baik oleh individu maupun kelompok yang terorganisir dalam berbagai bentuk usaha, seperti perusahaan, koperasi, atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tujuan utama dari bisnis bukan hanya untuk memperoleh keuntungan (laba), tetapi juga untuk memberikan kontribusi dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui penyediaan barang dan jasa. Bisnis modern juga semakin berkembang dengan memperhatikan aspek keberlanjutan, tanggung jawab sosial, serta nilai-nilai etika dalam bertransaksi. Dalam konteks ini, kegiatan bisnis tidak semata-mata dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang menghubungkan produsen, distributor, dan konsumen dalam suatu jaringan nilai. Dengan kata lain, bisnis merupakan bagian penting dari dinamika ekonomi masyarakat yang tidak hanya menghasilkan keuntungan secara finansial, tetapi juga memiliki potensi besar untuk menciptakan kesejahteraan sosial. Bisnis merupakan kegiatan yang tidak terlepas dari pengorganisasian yang sistematis untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa demi memenuhi kebutuhan serta memuaskan keinginan konsumen, yang pada akhirnya memberikan imbalan berupa keuntungan.⁷

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang mengatur perilaku pelaku usaha agar sejalan dengan nilai-nilai syariah. Etika ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan masyarakat dengan tetap menjunjung tinggi keadilan dan kejujuran dalam setiap transaksi. Nilai utama dalam etika bisnis Islam mencakup *ṣidq* (jujur), *'adl* (adil), amanah (dapat dipercaya), *ihsan* (berbuat baik), serta tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat.⁸ Adapun prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis Islam:

1. 'Adl (Keadilan)

Keadilan dalam bisnis Islam berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan hak kepada yang berhak tanpa melebihkan atau mengurangkan. Prinsip ini melarang segala bentuk eksploitasi, penindasan, dan ketimpangan dalam transaksi. Dalam konteks apotek, adil berarti menetapkan harga obat yang wajar, tidak memanfaatkan kondisi darurat pasien untuk mencari keuntungan berlebih. Contoh: Apotek tidak menaikkan harga obat flu saat musim penyakit, atau memberikan potongan harga bagi konsumen yang tidak mampu membeli obat mahal, selama tidak melanggar aturan usaha.

2. Ṣidq (Kejujuran)

Kejujuran merupakan prinsip utama dalam etika bisnis Islam. Pelaku usaha dituntut untuk jujur dalam menyampaikan informasi terkait produk, kualitas, dan harga. Dalam bisnis apotek, *ṣidq* berarti tidak menyembunyikan harga, tidak memalsukan informasi manfaat obat, serta tidak menjual obat kadaluarsa. Contoh: Apotek mencantumkan Harga Eceran

⁷ Angga Syahputra, *Etika Berbisnis dalam Pandangan Islam*, Jurnal At-Tijarah, Vol.1, No. 1, Januari 2019, 23, <https://media.neliti.com/media/publications/338697-etika-berbisnis-dalam-pandangan-islam-4ec4ff48.pdf>

⁸ Chintina, D., & Safitri, R. (2021). Konsep harga obat syariah dalam pelayanan kefarmasian. *Jurnal J-Alif*, 6(1), 45–59.

Tertinggi (HET) secara jelas di rak, memberi tahu pasien bila ada obat generik yang lebih murah dan memiliki manfaat yang sama.

3. Amanah (Tanggung Jawab)

Amanah bermakna menjaga titipan dan memenuhi kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain. Dalam bisnis, amanah berarti bertanggung jawab terhadap barang yang dijual, terhadap pelanggan, dan terhadap dampak sosial dari kegiatan usahanya. Contoh: Apoteker tidak menawarkan obat mahal bila ada alternatif yang lebih sesuai kebutuhan pasien; atau tetap melayani pembeli dengan sabar meskipun sedang ramai.

Al-Qur'an menegaskan pentingnya bersikap adil dalam muamalah, seperti yang tercantum dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang melarang praktik pengurangan takaran atau timbangan. Dalam konteks bisnis modern seperti apotek, hal ini mencakup larangan memanipulasi harga dan kewajiban bersikap transparan kepada konsumen. Nabi Muhammad SAW juga bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada di akhirat" (HR. Tirmidzi). Hadis ini menunjukkan betapa mulianya kedudukan pedagang yang beretika dalam Islam.⁹

Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya bersifat normatif sebagai sekadar ajaran moral atau prinsip ideal yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, tetapi juga menjadi pedoman praktis yang wajib dijadikan landasan dalam aktivitas operasional sehari-hari bagi para pelaku usaha. Etika ini mengarahkan seluruh kegiatan bisnis agar selaras dengan nilai-nilai kejujuran (*sidq*), keadilan (*adl*), amanah, serta tanggung jawab sosial yang tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga untuk meraih keberkahan dan ridha Allah SWT. Dalam konteks dunia farmasi, apotek sebagai lembaga distribusi obat-obatan memiliki tanggung jawab besar tidak hanya dalam menyediakan produk kesehatan secara tepat dan legal, tetapi juga dalam memastikan bahwa proses jual belinya dilakukan secara etis dan sesuai syariat. Apotek wajib menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam seluruh prosesnya—mulai dari penetapan harga, pelayanan terhadap konsumen, hingga transparansi informasi tentang produk. Praktik bisnis yang hanya mengejar keuntungan tanpa mempertimbangkan kemaslahatan umat dapat menimbulkan ketidakadilan, seperti harga yang terlalu tinggi, manipulasi informasi, atau bahkan eksploitasi terhadap kondisi darurat pasien. Oleh karena itu, apotek dalam sistem ekonomi Islam dituntut untuk menyeimbangkan antara kepentingan komersial dan tanggung jawab sosial sebagai bentuk *ibadah muamalah*. Tujuannya bukan hanya memberikan layanan yang profesional, tetapi juga memberikan perlindungan dan kemanfaatan bagi konsumen sebagai bentuk nyata dari prinsip *maslahah* dalam Islam. Dengan cara ini, keberadaan apotek bukan hanya menjadi unit ekonomi, tetapi juga instrumen dakwah dan pelayanan umat yang menjunjung tinggi nilai keadilan, keberkahan, dan amanah.¹⁰

2. Penetapan Harga Obat dalam Perspektif Islam

Islam tidak menetapkan harga barang secara kaku, tetapi memberikan pedoman agar penetapan harga dilakukan dengan adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Prinsip dasar

⁹ Al-Qur'an, Surah Al-Mutaffifin: 1–3; HR. Tirmidzi, no. 1209.

¹⁰ Lestari, N. A. (2023). Prinsip keadilan dan maslahat dalam penetapan harga dari perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 33–42.

dalam muamalah menekankan pentingnya keadilan ('adl) dan larangan terhadap segala bentuk penipuan (tadlīs) maupun ketidakjelasan (gharar). Penjual diperbolehkan mengambil keuntungan, namun keuntungan tersebut harus dalam batas kewajaran dan tidak memberatkan konsumen.¹¹

Oleh karena itu, harga dalam Islam tidak hanya dilihat dari sisi nominal, tetapi juga harus mempertimbangkan masalah, kemampuan ekonomi masyarakat, dan kondisi pasar yang berlaku. Dalam sejarah Islam, praktik tas'îr (penetapan harga oleh pemerintah) pernah terjadi ketika harga naik di Madinah. Namun, Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah-lah yang menetapkan harga, yang menahan, yang melapangkan, dan yang memberi rezeki..." (HR. Abu Dawud), yang menunjukkan bahwa intervensi harga oleh penguasa hanya dibenarkan dalam keadaan darurat seperti ketidakadilan pasar atau monopoli.¹²

Artinya, dalam kondisi normal, mekanisme pasar diperbolehkan selama tidak terjadi eksploitasi. Namun, jika terdapat kecurangan, ketidakjujuran, atau monopoli dalam distribusi barang, maka intervensi dapat dibenarkan atas dasar menjaga kemaslahatan umum. Dalam konteks apotek, penetapan harga obat harus memperhatikan nilai-nilai tersebut. Menurut Rosidah, praktik penetapan harga di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) tanpa penjelasan yang memadai kepada konsumen merupakan bentuk ketidaktransparanan yang bertentangan dengan prinsip *sidq* dan amanah dalam Islam. Konsumen berhak mendapatkan informasi harga secara terbuka agar transaksi berjalan adil dan tidak menimbulkan kerugian sepihak. Oleh karena itu, pelaku usaha farmasi dituntut untuk menerapkan prinsip harga yang wajar, proporsional, serta menjunjung tinggi nilai-nilai syariah dalam setiap keputusan bisnis.¹³

Dalam Islam, penetapan harga (tas'îr) merupakan bagian dari muamalah yang harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip keadilan, kemaslahatan, dan larangan terhadap eksploitasi. Secara umum, Islam tidak menetapkan harga secara kaku, tetapi membolehkan mekanisme pasar berjalan selama tidak mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (gharar), atau praktik zalim seperti monopoli dan penimbunan (ihtikar). Dalam konteks apotek, penetapan harga obat menjadi isu penting karena menyangkut aspek kehidupan yang sangat vital: kesehatan. Obat merupakan kebutuhan mendesak bagi masyarakat, terutama saat sakit. Ketika harga ditetapkan terlalu tinggi tanpa alasan rasional, hal ini dapat menghambat akses masyarakat terhadap pengobatan dan berdampak pada keadilan sosial.¹⁴

Menurut prinsip etika bisnis Islam, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga obat.¹⁵

¹¹ Harun, A. (2023). Etika Bisnis Islam dalam Praktik Harga. *Journal of Islamic Health Management*, 12(1), 45–59.

¹² HR. Abu Dawud, no. 3451

¹³ Rosidah, F. (2023). Harga Obat Generik dalam Perspektif Etika Islam: Studi pada Apotek Kota. *Jurnal Muamalah*, 10(2), 58–69.

¹⁴ Rohmat, M. S. (2019). Mekanisme Penetapan Harga sebagai Instrumen Muamalah dalam Kajian Islam Ibnu Taimiyah. *Imtiyaz: Jurnal Ilmu Keislaman*, 1(1).

¹⁵ Fadillah, T., Ramadhani, S., & Harahap, R. D. (2024). Etika Bisnis Islam: Praktik Jual Beli Obat Sirup Anak pada Apotik di Kecamatan Secanggang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5013–5021.

1. Menghindari Eksploitasi

Islam melarang penjual mengambil keuntungan secara berlebihan ('ghaban fahisy'), apalagi dengan memanfaatkan kondisi darurat konsumen. Penjual boleh mengambil keuntungan yang wajar, namun harus mempertimbangkan daya beli masyarakat. Contoh: Tidak menaikkan harga obat secara ekstrem saat pandemi atau ketika terjadi kelangkaan.

2. Transparansi Harga (şidq)

Apotek wajib mencantumkan Harga Eceran Tertinggi (HET) secara terbuka dan memberikan informasi harga sebelum transaksi. Ketidakjelasan harga adalah bentuk gharar yang dilarang dalam Islam. Contoh: Menempelkan label harga yang jelas di setiap rak obat, atau memberitahu konsumen tentang kenaikan harga dari distributor.

3. Keadilan dalam Margin Keuntungan ('adl)

Margin keuntungan harus diperhitungkan secara adil dengan mempertimbangkan biaya pokok, biaya operasional, dan kondisi pasar. Tidak boleh menetapkan margin yang terlalu besar jika hal tersebut menyebabkan ketimpangan akses terhadap obat.

Contoh: Mengambil margin yang berbeda untuk obat esensial dan non-esensial, serta mempertimbangkan kemampuan ekonomi konsumen lokal.

4. Amanah dalam Memberi Rekomendasi Obat

Pelaku usaha farmasi harus bertanggung jawab terhadap produk yang dijual, tidak hanya dalam hal keaslian dan kehalalan, tetapi juga dalam membantu konsumen memilih obat yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan mereka. Contoh: Menawarkan alternatif generik yang lebih murah jika fungsinya sama, bukan hanya karena margin keuntungan lebih besar.

5. Kepatuhan terhadap Regulasi Pemerintah

Dalam Islam, mentaati pemerintah dalam hal kebaikan (ma'ruf) adalah kewajiban. Oleh karena itu, apotek wajib mengikuti ketentuan seperti HET dan larangan menjual obat di atas harga yang ditetapkan, kecuali ada izin khusus atau penyesuaian yang dibenarkan. Contoh: Tidak menjual obat melebihi HET tanpa pemberitahuan yang sah dan alasan medis atau distribusi yang valid.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Obat

Penetapan harga obat di apotek dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari aspek internal usaha maupun regulasi eksternal.¹⁶Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi:

- a. Harga pokok dari distributor, yang menjadi dasar penetapan harga jual apotek kepada konsumen.
- b. Biaya operasional, seperti sewa tempat, gaji karyawan, listrik, dan biaya distribusi, yang turut memengaruhi margin keuntungan yang ditentukan apotek.
- c. Kondisi pasar, termasuk daya beli masyarakat, yang menjadi pertimbangan penting agar harga tetap terjangkau dan tidak menurunkan volume penjualan.
- d. Persaingan antar apotek, yang mendorong pelaku usaha untuk menentukan strategi harga yang kompetitif namun tetap dalam batas etika.

¹⁶ Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). Peraturan tentang Harga Eceran Tertinggi Obat.

- e. Regulasi pemerintah, terutama terkait Harga Eceran Tertinggi (HET), yang ditetapkan untuk menjaga harga obat tetap wajar dan melindungi konsumen.

Menurut Feri et al., transparansi terhadap HET serta keterbukaan informasi harga kepada konsumen merupakan indikator penting dalam menilai keadilan harga menurut prinsip syariah. Bila prinsip tersebut dijalankan, maka hubungan antara pelaku usaha dan konsumen akan terbangun secara sehat, penuh kepercayaan, dan berkelanjutan. Sebaliknya, praktik manipulatif seperti menaikkan harga tanpa alasan yang jelas atau menyembunyikan informasi harga, tidak hanya merusak reputasi bisnis, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai etika Islam seperti *ṣidq* dan amanah.¹⁷

4. Etika Bisnis Islam dalam Menanggapi Fenomena Harga Obat yang Tinggi di Apotek

Penetapan harga obat merupakan isu yang sangat krusial dalam dunia farmasi karena berkaitan langsung dengan hak masyarakat atas akses terhadap layanan kesehatan yang adil dan terjangkau. Dalam praktiknya, masih sering ditemukan kasus di mana apotek menetapkan harga obat jauh di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) tanpa transparansi atau penjelasan yang memadai. Kondisi ini tidak hanya menimbulkan ketidakpercayaan dari konsumen, tetapi juga mencerminkan adanya pelanggaran terhadap prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam transaksi ekonomi.¹⁸

Fenomena harga obat yang tinggi ini penting untuk dikaji karena menyangkut dimensi keadilan sosial dan tanggung jawab moral pelaku usaha farmasi dalam perspektif Islam. Etika bisnis Islam menekankan bahwa setiap transaksi, termasuk dalam penetapan harga obat, harus berlandaskan nilai-nilai *ṣidq* (kejujuran), *ʿadl* (keadilan), dan amanah (tanggung jawab). Nilai-nilai ini bukan hanya sebagai prinsip moral, melainkan sebagai panduan operasional dalam mengambil keputusan bisnis yang tidak merugikan masyarakat.¹⁹

Prinsip *ṣidq* mengharuskan pelaku usaha menyampaikan informasi harga secara jujur dan tidak menyembunyikan biaya tambahan yang membebani konsumen. *ʿAdl* menuntut agar keuntungan yang diambil oleh apotek bersifat wajar dan tidak mengeksploitasi keadaan darurat pasien. Sedangkan amanah mengandung kewajiban moral untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan menjadikan pelayanan farmasi sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT.²⁰

Dengan demikian, dalam menanggapi fenomena harga obat yang tinggi, etika bisnis Islam memberikan kerangka moral dan normatif yang kuat untuk menata ulang kebijakan harga di apotek. Internalisasi prinsip-prinsip ini tidak hanya penting bagi terciptanya sistem bisnis

¹⁷ Feri, M., Arifin, B., & Nurul, I. (2023). Hubungan Persepsi Harga dan Loyalitas Konsumen di Apotek Syariah Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 87–100.

¹⁸ Fadillah, T., Ramadhani, S. ., & Harahap, R. D. . (2024). Etika Bisnis Islam: Praktik Jual Beli Obat Sirup Anak Pada Apotik Di Kecamatan Secanggang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5013–5021. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2192>

¹⁹ Afid, M. A. N., Abidin, Z., & Kurniawan, K. (2025). Building a Blessing Pharmaceutical Business: The Application of Islamic Ethics in Buying and Selling Generic Drugs. *Zabags International Journal of Economy*, 3(1), 56–62. <https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.93>

²⁰ Lestari, N. A. (2023). Prinsip keadilan dan maslahat dalam penetapan harga dari perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 33–42.

yang adil, tetapi juga untuk membangun sistem ekonomi yang berorientasi pada keberkahan, kemaslahatan, dan keberlanjutan sosial.²¹

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian pustaka, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam penetapan harga obat di apotek sangat penting untuk menciptakan keadilan ekonomi dan keberkahan usaha. Penetapan harga tidak hanya menyangkut aspek ekonomi, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab moral dan sosial pelaku usaha sebagaimana diajarkan dalam Islam. Fenomena tingginya harga obat menunjukkan masih adanya ketimpangan dalam akses layanan kesehatan. Praktik seperti penetapan harga di atas HET tanpa transparansi dan pengambilan keuntungan yang berlebihan bertentangan dengan nilai kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah. Prinsip-prinsip ini menuntut transparansi harga, penetapan yang adil, serta tanggung jawab dalam pelayanan kepada konsumen.

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian apotek telah menerapkan etika bisnis Islam, seperti mencantumkan HET dan memberi edukasi harga. Namun, masih banyak praktik yang belum sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, internalisasi etika bisnis Islam perlu diperkuat agar kebijakan harga obat tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga membawa maslahat dan menjadi bagian dari ibadah muamalah. Prinsip kejujuran tercermin dalam keterbukaan harga dan informasi, keadilan dalam margin yang wajar, dan amanah dalam tanggung jawab terhadap konsumen. Faktor-faktor eksternal seperti harga pokok, biaya operasional, daya beli masyarakat, serta regulasi pemerintah juga perlu dipertimbangkan, namun tetap dalam kerangka syariah. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga obat diharapkan dapat membangun sistem farmasi yang adil, amanah, dan bermanfaat bagi umat.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa tersusunnya karya ilmiah ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dalam proses penyelesaian hingga artikel ini dapat tersusun secara utuh. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Tulungagung yang telah memberikan fasilitas dan dukungan akademik dalam proses penyusunan artikel ini.
2. Dr. H. Suropto, S.Ag., M.Pd.I, selaku Ketua STAIM Tulungagung, atas segala arahnya serta dukungan moril dan spiritual yang sangat berarti bagi penulis.
3. Mei Santi, M.Sy, selaku Kaprodi Ekonomi Syariah, yang telah memberikan bimbingan, dorongan, serta motivasi selama proses penelitian berlangsung.

²¹ Antoni, F.; Oktavianti, R.; Adriansyah, H. M., "Analisis Ekonomi Islam Terhadap Implementasi Harga Eceran Tertinggi (HET) Dalam Penjualan Obat Generik Pada Apotek di Kelurahan Tangkerang Tengah Pekanbaru," *Journal of Islamic Banking, Economics and Finance*, Vol.1 No.1 (2024), hlm. 37–49, P-ISSN 3064-2523; E-ISSN 3064-1322, diakses dari <https://el-emir.com/index.php/jibef/article/view/80>.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, serta keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan semangat dan doa. Semoga segala bantuan yang diberikan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa artikel ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah di masa mendatang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pemilik dan seluruh karyawan Toko memberikan dukungan selama proses penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para responden pelanggan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam wawancara dan pengisian kuesioner.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chintina, D., & Safitri, R. (2021). Konsep harga obat dalam pelayanan kefarmasian perspektif Islam. *Jurnal J-Alif*, 6(1), 45–59.
- [2] Feri, M., Arifin, B., & Nurul, I. (2023). Persepsi harga dan keputusan pembelian konsumen: Studi pada apotek syariah di wilayah Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 87–100.
- [3] Harun, A. (2023). *Etika bisnis Islam dalam dinamika pasar modern*. Surabaya: UIN Press.
- [4] Lestari, N. A. (2023). Prinsip keadilan dalam bisnis Islam dan implikasinya terhadap kesejahteraan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 33–42.
- [5] Rosidah, F. (2023). Harga obat generik dalam perspektif etika Islam: Studi pada apotek kota. *Jurnal Muamalah*, 10(2), 58–69.
- [6] Azimatul, K., & Usfa, N. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen di apotek syariah. *Jurnal Eksyar*, 7(1), 14–27.
- [7] Angga Syahputra, *Etika Berbisnis dalam Pandangan Islam*, *Jurnal At-Tijarah*, Vol.1, No. 1, Januari 2019, 23, <https://media.neliti.com/media/publications/338697-etika-berbisnis-dalam-pandangan-islam-4ec4ff48.pdf>
- [8] Al-Qur'an, Surah Al-Mutaffifin: 1–3; HR. Tirmidzi, no. 1209.
- [9] HR. Abu Dawud, no. 3451
- [10] Rosidah, F. (2023). Harga Obat Generik dalam Perspektif Etika Islam: Studi pada Apotek Kota. *Jurnal Muamalah*, 10(2), 58–69.
- [11] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). Peraturan tentang Harga Eceran Tertinggi Obat.
- [12] Fadillah, T., Ramadhani, S. ., & Harahap, R. D. . (2024). Etika Bisnis Islam: Praktik Jual Beli Obat Sirup Anak Pada Apotik Di Kecamatan Secanggang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5013–5021. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2192>
- [13] Afid, M. A. N., Abidin, Z., & Kurniawan, K. (2025). Building a Blessing Pharmaceutical Business: The Application of Islamic Ethics in Buying and Selling Generic Drugs. *Zabags International Journal of Economy*, 3(1), 56–62. <https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.93>
- [14] Antoni, F.; Oktavianti, R.; Adriansyah, H. M., “Analisis Ekonomi Islam Terhadap Implementasi Harga Eceran Tertinggi (HET) Dalam Penjualan Obat Generik Pada

- Apotek di Kelurahan Tangkerang Tengah Pekanbaru,” *Journal of Islamic Banking, Economics and Finance*, Vol. 1 No. 1 (2024), hlm. 37–49, P-ISSN 3064-2523; E-ISSN 3064-1322, diakses dari <https://el-emir.com/index.php/jibef/article/view/80>.
- [15] Rengga Arif Rahmat Hidayat, & Rachmat Ihya'. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Obat Yang Beredar Luas Di Pasaran. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* , 2 (2), 247–274. <https://doi.org/10.572349/kultura.v2i2.1038>
- [16] Ummah, N., Arafah, M., & Darwis, RH. (2025). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Customer Tokonushop Bone). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* , 5 (1), 64–76. <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5641>