



TELAAH HISTORIS DALAM KEBIJAKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

Muhammad Ilham¹, Saifullah²

^{1,2} STAIN Bengkalís

Email: muhammadilham@kampusmelayu.ac.id¹, saifullahnurbi@gmail.com²

Abstract

This study aims to examine the concept of price policy in an Islamic perspective. In Islamic business, profitability must be balanced with the need to provide efficiency, reliability and courteous service and good quality at a reasonable price for consumers. This research is library research, which means this research leads to the results of a literature review and without going through research specifically in the field. The results show that Islamic Business emphasizes mutual satisfaction and approval or pleasure (taradin) between buyers and sellers as well as the need to be honest in all business transactions to get blessings from Allah. Limitation of profit maximization can be an alternative and acceptable as long as it fulfills the principles that are very in line with the Islamic concept of social justice and being responsible for the welfare of others.

Keywords: Price, Business, profitability

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah konsep Kebijakan harga dalam Persepektif islam. pada bisnis Islam, profitabilitas harus diseimbangkan dengan kebutuhan untuk memberikan efisiensi, keterandalan dan pelayanan yang sopan dan kualitas yang baik yang sesuai dengan harga barang yang layak untuk konsumen. Penelitian ini bersifat library research yang berarti penelitian ini mengarah pada hasil kajian literatur dan tanpa melalui riset secara khusus dilapangan. Hasilnya menunjukkan bahwa Bisnis Islami menekankan adanya kepuasan bersama (mutual satisfaction) dan persetujuan atau keridlaan (taradin) antara pembeli dan penjual serta kebutuhan untuk jujur dalam semua transaksi bisnis untuk mendapatkan keberkahan dari Allah. Batasan maksimalisasi profit dapat menjadi alternatif dan dapat diterima sepanjang dapat memenuhi prinsip-prinsip yaitu sangat sesuai dengan konsep Islam mengenai keadilan sosial (social justice) dan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan orang lain.

Kata kunci: Harga, Bisnis, profitabilitas

PENDAHULUAN

Ada beberapa konsep yang mendasari operasional bisnis dalam Islam. Konsep pertama dan yang paling signifikan dalam bisnis islami adalah bisnis mempunyai fungsi ekonomi, sosial sebaik fungsi religius. Jadi, pada bisnis Islam, profitabilitas harus diseimbangkan dengan kebutuhan untuk memberikan efisiensi, keterandalan dan pelayanan yang sopan dan kualitas yang baik yang sesuai dengan harga barang yang layak untuk konsumen (Yusoof, 2002).

Islam menganjurkan agar usaha orang Islam adalah usaha yang baik dan halal, memelihara yang ma'ruf dan harga-harga yang normal, tidak mengeksploitasi kebutuhan orang dan menaikkan harga berlipat ganda. Apabila pedagang telah mengubah harga normal dan mengubah harga-harga yang semestinya dan mengubahnya dari harga yang telah berlaku, maka berbuat alim terhadap masyarakat. Untuk itu harus ditindak dan dipaksa menyesuaikan dengan batas-batas keadilan dan kenormalan, dan membatasi harga barang dengan harga yang memadai (Al Assal & Karim, 1999).

Dengan demikian, dalam bisnis Islami juga harus ada kepuasan bersama (mutual satisfaction) dan persetujuan atau keridlaan (taradin) antara pembeli dan penjual. Serta kebutuhan untuk jujur dalam semua transaksi bisnis untuk mendapatkan keberkahan dari Allah. Nabi Muhammad bersabda "Adalah Allah yang menentukan harga" melalui mekanisme pasar terbuka dari penawaran dan permintaan (open market mechanism of supply and demand). Tidak seperti konsep Barat, yang mana ahli ekonomi menganggap kekuatan *supply and demand are "invisible hand,"* Islam mengenalinya sebagai kehendak Allah. Dengan demikian, dalam Islam, campur tangan dengan mekanisme pasar bebas sama sekali tidak dapat diterima, jadi memerlukan kejujuran mutlak dalam bisnis.

Islam tidak memandang bisnis sebagai amal sosial. Oleh karena itu, Islam mendorong ekonomi pasar, free enterprise dan persaingan terbuka. Akan tetapi, pebisnis mempunyai tanggung jawab

besar untuk lebih bermurah hati. Islam meminta setiap muslim untuk melayani kebutuhan orang lain dan menegaskan bahwa interaksi sosio ekonomi dari muslim pada akhirnya mengukur ketaatannya kepada Allah. Meskipun konsep bisnis Islam merupakan pelayanan kepada umat manusia hal ini bukan berarti mengubah bisnis menjadi amal sosial. Hal ini dikarenakan Islam membolehkan harga yang wajar dan menghukum yang melebihkannya. Pebisnis Muslim tidak dipaksa untuk mengorbankan profit yang wajar untuk membantu pelanggan yang miskin. Dan hanya orang yang tidak jujur yang mengklaim bahwa tidak mungkin bagi pebisnis yang jujur untuk mendapatkan keuntungan yang turun. Hal ini dikarenakan, pelayanan yang baik dan jujur pada kenyataannya dapat meningkatkan profit dari perputaran bisnis yang lebih tinggi (Yusoof, 2002).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian ini, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian literatur, yakni termasuk dalam jenis penelitian *Library Research* yang dilakukan tanpa riset lapangan (Zed, 2008). Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk mengumpulkan data-data melalui berbagai literatur yakni berupa buku, majalah, jurnal dan kemudian dilakukan analisis dalam memecahkan masalah untuk diteliti.

PEMBAHASAN

Program penetapan harga menjadi satu hal penting dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing. Kunci sukses menetapkan kebijakan harga adalah secara konstan memonitor biaya operasional dan harga untuk memastikan laba (Hasan, 2010). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Gunara dan Sudibyo menyatakan harga dapat juga diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut: kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, dan ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang

menyertainya (Gunara & Sudiby, 2007). Dalam menentukan harga yang harus diperhatikan adalah penentuan persaingan sebagai batas atas dan biaya (*cost*) sebagai batas bawah. Harga yang ditetapkan tidak boleh lebih tinggi dari harga yang ditawarkan pesaing atau lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, penentuan persaingan sebagai batas atas dan biaya sebagai batas bawah dalam penentuan harga.

Keuntungan yang wajar, adil dan fair

Seberapa besar profit margin yang dibolehkan oleh bagi pebisnis muslim dan apakah Islam membolehkan profit yang sangat tinggi dan maksimisasi profit? Dalam istilah yang sederhana, profit didapatkan ketika total pendapatan melebihi total biaya. Sebagai agama yang realistis dan mudah untuk dilaksanakan, Islam mendorong hal-hal yang masuk akal dalam setiap aspek kehidupan, baik yang meliputi kelangsungan kenyamanan di dunia dan keselamatan di akhirat (Yusoof, 2002).

Menetapkan profit yang wajar dan persaingan terbuka (Open Competition).

Profit yang wajar harus dicapai melalui persaingan terbuka yang didasarkan pada lingkungan bisnis yang sehat. Dalam lingkungan seperti ini, profit dari pebisnis yang jujur, melalui hukum ekonomi penawaran dan permintaan, dipertahankan pada level yang wajar (*reasonable*). Sebaliknya, profit tinggi yang tidak diperbolehkan hanya akan membawa risiko kehilangan pangsa pasarnya terhadap pesaing yang sudah ada (Yusoof, 2002).

Menetapkan profit yang adil atau profit yang sepadan

Kriteria yang dapat diterima terkait dengan profit yang adil seharusnya memenuhi aspek sebagai berikut: a) merupakan normal profit jika timbul dari permainan bebas dari kekuatan penawaran dan permintaan; b) adalah profit yang secara normal didapatkan dari jenis perdagangan dan komoditas tertentu; c) adalah harga yang bebas dari segala bentuk penggunaan kekerasan atau penipuan, atau dari monopoli, hoarding atau malpraktik lainnya; d) profit yang adil diturunkan dari transaksi dimana baik penjual dan pembeli

memberikan perhatian yang penuh (Yusoof, 2002).

Menyeimbangkan antara hak individu vs hak sosial

Maksimalisasi profit merupakan hak pebisnis individual untuk mendapatkan profit yang banyak mungkin lebih diutamakan melebihi hak konsumen untuk mendapatkan nilai dari uang yang dihabiskan untuk mendapatkan tingkat harga dari barang yang dipilihnya. Oleh karena itu, tidak ada keseimbangan antara hak pebisnis dan hak konsumen. Dalam Islam, hak dan kepentingan masyarakat secara keseluruhan harus selalu diutamakan melebihi individu-individu atau kelompok tertentu (Yusoof, 2002).

Profit Maximization

Profit maximization adalah meningkatkan revenue sebanyak mungkin baik melalui maksimalisasi output atau meningkatkan harga; dan mengurangi biaya seminimum mungkin. Peningkatan harga akan menyebabkan konsumen harus membayar lebih terhadap barang yang dibeli, sedangkan apabila terjadi penurunan harga terlalu banyak akan berimplikasi pada penciptaan kualitas produk yang lebih rendah. Dalam konsep perusahaan konvensional, maksimalisasi profit secara normal dipandang sebagai tujuan utama atau tujuan tunggal. Hal ini secara khusus dibenarkan pada tren saat ini yang menuju pada komersialisasi yang berlebihan dan budaya perusahaan yang mengutamakan profit besar (Yusoof, 2002).

Berdasarkan perspektif Islam, Islam percaya secara substansial kebebasan perusahaan swasta melalui ekonomi pasar yang secara luas tidak dibatasi, akan tetapi tidak dapat diterima adanya maksimalisasi profit untuk alasan sebagai berikut:

- a. Maksimalisasi profit dapat dicapai tanpa produksi maksimum, dengan menahan diri mengoperasikan pada kapasitas maksimum.
- b. Maksimalisasi profit dapat dicapai dengan mempertahankan harga tetapi mengurangi biaya dan kualitas.
- c.

Maksimalisasi profit bisa dilakukan, untuk produk dasar tertentu dan pada

situasi tertentu, yang dicapai dengan meningkatkan harga tanpa mengurangi produksi atau perbaikan kualitas.

- d. Maksimalisasi profit biasanya dicapai atas biaya kelompok-kelompok tertentu. (Yusoof, 2002)

Kebijakan Harga Pada Masa Rasulullah Saw.

Al-Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan. Sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Karena itu, Rasulullah SAW menyatakan sifatnya sebagai riba seseorang yang menjual terlalu mahal di atas kepercayaan pelanggan (Islahi, 1997).

Ekonomi Islam mengajarkan bahwa yang dapat memiliki peranan penting dalam persaingan ekonomi secara bebas adalah konsep adalah pasarnya (Hilal, 2014). Bahwa harga yang adil atau jujur disebut sebagai tradisi Rasulullah SAW. Pada masa Nabi Muhammad tidak diperbolehkannya adanya pembatasan harga komoditi. Secara tidak langsung Nabi Muhammad menyuruh kita untuk tidak bersaing di price tetapi bersaing dalam hal lain seperti quality (kualitas), *delivery* (layanan), dan *value added* (nilai tambah). (Gunara & Sudibyo, 2007)

Nabi Muhammad yang hidup pada abad ke 7 Masehi sudah mencanangkan sebuah kewajiban bagi pengusaha untuk tidak membingungkan konsumen. Ia memerintahkan pada para pengusaha untuk tegas dalam menentukan harga. Jadi, dalam melakukan jual beli harga harus sesuai dengan nilai suatu barang. Hal ini pada akhirnya akan menguntungkan pihak pengusaha karena kepercayaan konsumen akan dapat diraih dengan sendirinya.

Sistematika pasar

Dalam sejarah Islam, masalah pengawasan atas harga muncul pada masa Rasulullah SAW sendiri. (Islahi, 1997) Islam mempunyai perhatian agar perputaran barang dalam pasar yang tersedia jauh dari permainan-permainan kualitas maupun harga yang semestinya. Sedangkan syariat Allah berdiri di atas landasan menegakkan

keadilan dan memerangi kezaliman. Berdasarkan hal tersebut ada beberapa aturan Islam yang berkaitan dengan sistematika pasar antara lain (Al Assal & Karim, 1999):

1. Wajib menyediakan barang di pasar dan membiarkan pemiliknya membawa barang dagangannya dan menyediakannya sendiri serta mengatur harganya. Dengan demikian akan berkurangnya perantara diantara produsen dan konsumen, sehingga harga barang itu tidak bertambah dengan bertambahnya tangan yang memutarkannya, terutama bermacam-macam makanan, yang merupakan kebutuhan pokok.
2. Wajib menyediakan barang secara jujur, terpercaya, dan tidak mempermainkan harga, dengan menambah harganya.
3. Menetapkan ukuran, timbangan sehingga hak-hak kedua belah pihak dapat terpenuhi dan dapat tercegah dari kecurangan dan penganiayaan.
4. Memudahkan penyediaan barang untuk semua orang dan memerangi segala macam penimbunan terutama barang yang merupakan kebutuhan utama semua orang.
5. Mengawasi harga barang-barang yang tersedia di pasar dan berusaha menekan agar harga tidak melampaui harga yang pantas, dan jika perlu, harga bisa ditentukan dan diwajibkan kepada para pedagang demi tegaknya keadilan, mewujudkan kesejahteraan dan memberantas kezaliman.

Kenaikan harga di Madinah pada masa Rasulullah SAW.

Berdasarkan Hadis dari Anas ra, pernah ada kenaikan harga di Madinah pada masa Rasulullah SAW, maka orang-orang berkata, "Ya Rasul Allah, harga naik. Tentukan harga untuk kami.". Jawab Rasulullah SAW: "Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan dan yang melapangkan, dan yang memberi rizki. Sangat kuharapkan bahwa aku menemui Allah (kelak) dalam keadaan tidak seorang pun dari kamu menuntutku tentang kezaliman dalam darah maupun harta". (Al

Assal & Karim, 1999) Maka arti Hadist ini bahwa kenaikan harga saat itu merupakan keadaan yang tiba-tiba dan dapat diketahui sebab-sebabnya. Eksploitasi keadaan dari pihak para pedagang adalah sedikit saja..

Mempermainkan Harga

Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan. Justru itu kita lihat Rasulullah s.a.w. ketika sedang naiknya harga, beliau diminta oleh orang banyak supaya menentukan harga, akan tetapi jika keadaan pasar itu tidak normal, misalnya ada penimbunan oleh sementara pedagang, dan adanya permainan harga oleh para pedagang, maka waktu itu kepentingan umum harus didahulukan daripada kepentingan perorangan. Dalam situasi demikian kita dibolehkan menetapkan harga demi memenuhi kepentingan masyarakat dan demi menjaga dari perbuatan kesewenang-wenangan dan demi mengurangi keserakahan mereka itu. Begitulah menurut ketetapan prinsip hukum. (Qaradhawi, 1993)

Dengan demikian, apa yang dimaksud oleh hadis diatas, bukan berarti mutlak dilarang menetapkan harga, sekalipun dengan maksud demi menghilangkan bahaya dan menghalangi setiap perbuatan zalim. Bahkan menurut pendapat para ahli, bahwa menetapkan harga itu ada yang bersifat zalim dan terlarang, dan ada pula yang bijaksana dan halal. (Qaradhawi, 1993)

Oleh karenanya, jika penetapan harga itu mengandung unsur-unsur kezaliman dan pemaksaan yang tidak betul; yaitu dengan menetapkan suatu harga yang tidak dapat diterima, atau melarang sesuatu yang oleh Allah dibenarkan, maka jelas penetapan harga semacam itu hukumnya haram. Tetapi jika penetapan harga itu penuh dengan keadilan, misalnya dipaksanya mereka untuk menunaikan kewajiban membayar harga mitsil dan melarang mereka menambah dari harga mitsil, maka hal ini dipandang halal, bahkan hukumnya wajib.

Penimbun Dilaknat

Sekalipun Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang dalam

menjual, membeli dan yang menjadi keinginan hatinya, tetapi Islam menentang dengan keras sifat ananiyah (egois) yang mendorong sementara orang dan ketamakan pribadi untuk menumpuk kekayaan atas biaya orang lain dan memperkaya pribadi, kendati dari bahan baku yang menjadi kebutuhan rakyat.. Ini semua bisa terjadi, karena seorang pedagang bisa mengambil keuntungan dengan dua macam jalan:

1. Dengan jalan menimbun barang untuk dijual dengan harga yang lebih tinggi, di saat orang-orang sedang mencari dan tidak mendapatkannya, kemudian datanglah orang yang sangat membutuhkan dan dia sanggup membayar berapa saja yang diminta, kendati sangat tinggi dan melewati batas.
2. Dengan jalan memperdagangkan sesuatu barang, kemudian dijualnya dengan keuntungan yang sedikit. Kemudian ia membawa dagangan lain dalam waktu dekat dan dia beroleh keuntungan pula. Kemudian dia berdagang lainnya pula dan beroleh untung lagi. Begitulah seterusnya (Qaradhawi, 1993).

Mencari keuntungan dengan jalan kedua ini lebih dapat membawa kemaslahatan dan lebih banyak mendapatkan barakah serta si pemiliknya sendiri akan beroleh rezeki, para ulama beristimbat (menetapkan suatu hukum), bahwa diharamkannya menimbun adalah dengan dua syarat:

1. Dilakukan disuatu negara di mana penduduk negara itu akan menderita sebab adanya penimbunan.
2. Dengan maksud untuk menatkan harga sehingga orang-orang merasa payah, supaya dia beroleh keuntungan yang berlipat-ganda. (Qaradhawi, 1993)

Mencampuri Kebebasan Pasar dengan Memalsu

Hal yang dapat dipersamakan dengan menimbun yang dilarang oleh Rasulullah s.a.w., yaitu: seorang kota menjualkan barang milik orang dusun. Bentuk semacam ini, waktu itu sudah biasa terjadi di

masyarakat, sebagaimana yang dikatakan oleh sahabat Anas r.a.: "Kami dilarang orang kota menjualkan barang orang dusun, sekalipun dia itu saudara kandungnya sendiri." (Riwayat Bukhari dan Muslim). Dengan demikian, mereka bisa belajar: bahwa kemaslahatan umum harus lebih diutamakan dari kepentingan pribadi. Sabda Nabi: "Tidak boleh orang kota menjualkan untuk orang dusun; biarkanlah manusia, Allah akan memberikan rezeki kepada mereka itu masing-masing." (Riwayat Muslim). (Qaradhawi, 1993)

Ibnu Abbas pernah ditanya tentang maksud orang kota tidak boleh menjualkan untuk orang dusun, kemudian ia berkata: yaitu orang kota tidak menjadi makelar untuk orang dusun. Pengertiannya, kalau orang kota itu menunjukkan harga dan memberi nasehat serta memberitahukan tentang keadaan pasar, tanpa ada maksud mencari keuntungan seperti yang biasa dilakukan oleh makelar-makelar itu, maka hal semacam ini tidaklah berdosa.

Hukum Makelar

Makelar untuk orang luar daerah tidak berdosa. Sebab makelar semacam ini salah satu bentuk penunjuk jalan dan perantara antara penjual dengan pembeli, dan banyak memperlancar keluarnya barang dan mendatangkan keuntungan antara kedua belah pihak. Makelar atau katakanlah perantara dalam perdagangan, di zaman kita ini sangat penting artinya dibandingkan dengan masa-masa yang telah lalu, karena terikatnya perhubungan perdagangan antara importer dan produser, antara pedagang kolektif dan antara pedagang perorangan. Sehingga makelar dalam hal ini berperanan yang sangat penting sekali. (Qaradhawi, 1993) Tidak ada salahnya kalau makelar itu mendapatkan upah kontan berupa uang, atau secara prosentase dari keuntungan atau apa saja yang mereka sepakati bersama

Kebijakan Harga Pada Masa Khulafaur Rasyidin

Pentingnya pengawasan harga Sayidina Umar r.a. Mempunyai perhatian besar dalam mengikuti perkembangan harga dan mengawasinya. Ketika datang utusan kepadanya maka dia bertanya tentang

keadaan mereka dan harga-harga pada mereka. Tingkat harga dianggap sebagai indikasi terbesar tingkat mata pencaharian, karena dia mempunyai pengaruh terhadap nilai mata uang. Naiknya harga merupakan indikasi terbesar inflasi, di mana ketika terjadi inflasi, harga-harga naik tajam, dan hal tersebut menyebabkan berkurangnya nilai mata uang. Inflasi adalah penyakit ekonomi yang berbahaya yang bisa menghalangi langkah pertumbuhan ekonomi atau memberhentikan sama sekali langkah tersebut (Al-Haritsi, 2006).

Hukum menentukan harga

Yang dimaksud menentukan harga adalah apabila penguasa atau wakilnya atau siapa saja yang memimpin umat Islam memerintahkan pelaku pasar untuk tidak menjual barangnya kecuali dengan harga tertentu, maka dilarang untuk menambah atau mengurangnya untuk kemaslahatan. Sayidina Umar r.a adalah orang pertama yang melakukan campur tangan untuk mengatur harga dalam Islam. Atsar yang berbicara tentang campur tangan Sayidina Umar ra dalam mengawasi harga mempunyai beberapa petunjuk: Ada yang menunjukkan larangan pengurangan harga, ada yang menyuruh untuk menjual dengan harga pasar. Dari atsar tersebut kebanyakan berbicara tentang sikap Sayidina Umar terhadap Hathib bin Abi Balta'ah ketika melihatnya menjual barang bukan dengan harga pasar. Sikap Sayidina Umar dalam penentuan harga lebih dekat dengan pendapat jumbuh ulama yang tidak memperbolehkan penetapan harga selama tidak ada monopoli. Atsar yang berbicara tentang campur tangan Umar dalam mengawasi harga mempunyai beberapa petunjuk, antara lain (Al-Haritsi, 2006):

1. Larangan menurunkan harga

diriwayatkan bahwa Umar bin Al Khatab ra bertemu dengan Hathib di pasar, di tangannya ada dua karung berisi kismis, maka Umar bertanya tentang harganya, maka ia menentukan harganya pada setiap Dirham, maka Umar berkata kepadanya, "Telah datang unta dari Thaif membawa kismis, dan mereka mengikuti hargamu, maka sebaiknya engkau

menaikkan harga atau memasukkan kismismu ke dalam rumah dan kamu bisa menjualnya sesuai kehendakmu”

2. Perintah menjual dengan harga pasar

Ada riwayat yang menunjukkan bahwa Umar ra meminta pada beberapa penjual untuk menjual dengan harga pasar. Riwayat tersebut tidak menjelaskan harga yang diberlakukan oleh para penjual, apakah lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar? Diriwayatkan bahwa seorang laki-laki datang membawa kismis dan menaruhnya di pasar, lalu dia mulai menjual tidak dengan harga orang-orang, maka Umar berkata kepadanya, “Juallah dengan harga pasar, atau kamu pergi dari pasar kami. Sesungguhnya kami tidak memaksamu dengan satu harga.” Lalu diriwayatkan bahwa dia menyingkirkan dari mereka.”

Ibnu Hazm berpendapat, apabila atsar-atsar di atas benar, maka Umar tidak melarang menurunkan harga, akan tetapi menginginkan dengan perkataannya, “Hendaklah kamu naikkan harganya”. Agar Hathib menjual dengan takaran lebih banyak dari yang dijual dengan harga yang sama. Secara umum bisa dikatakan bahwa riwayat-riwayat di atas menunjukkan adanya campur tangan Umar untuk mengatasi kerancuan harga, baik permintaan menaikkan harga atau menurunkannya. Umar tidak melarang menjual dengan harga lebih rendah dari harga pasar, apabila penjualan tersebut diperlukan, seperti dekatnya masa berlaku barang atau jeleknya kualitas barang dan lain sebagainya. Di sisi lain, penurunan harga tidak mempunyai akibat negatif terhadap pasar. Umar tidak melarangnya, tetapi berterima kasih atasnya. Hal itu dibuktikan bahwa ketika Al –Miswar bin Makhramah menjual makanan dengan harga modalnya, atau tanpa keuntungan, Umar mendatangnya di pasar dan bertanya kepadanya, “Apakah kamu gila, wahai Miswar?” dia berkata, “Tidak, demi Allah, wahai Amirul Mukminin, tetapi aku melihat mendung musim gugur, aku benci menahan apa yang bermanfaat bagi manusia, aku tidak mau mendapatkan

untung, aku ingin tidak mendapatkan untung.” Maka Umar berkata kepadanya, “Semoga Allah membalasmu dengan kebaikan”..

Pengawasan yang dilakukan oleh Umar terhadap harga tidak bertentangan dengan apa yang diriwayatkan tentang keengganan Nabi Muhammad SAW untuk menentukan harga. Hal tersebut karena dua sebab: *Pertama*, naiknya harga dalam keadaan itu yang diminta kepada Nabi Muhammad SAW untuk menentuka harganya, adalah akibat dari fluktuasi dari persediaan dan permintaan barang. Artinya bahwa naiknya harga adalah akibat dari sedikitnya persediaan barang. Sebab *kedua*, bahwa Umar tidak membatasi dengan harga tertentu untuk menjual, atau tidak menentukan harga sebagaimana pengertian istilahnya, akan tetapi meminta menjual dengan harga pasar yang dibatasi sesuai fluktuasi nyata antara kemamuan persediaan dan permintaan barang, sebagaimana telah dijelaskan di atas.

Larangan Umar untuk menjual lebih murah dari harga pasar mempunyai petunjuk ekonomi yang penting, karena rendahnya harga tidak selamanya baik, khususnya etik rendahnya harga bukan akibat dari fluktuasi nyata antara persediaan dan permintaan barang, akan tetapi akibat penurunan yang disengaja dari harga pasar tanpa alasan yang bisa diterima (Eriswanto & Kartini, 2019).

Umar tidak menentukan harga sebagaimana pengertian penentuan harga secara istilah, atau tidak menentukan harga tertentu unuk menjual. Tetapi Umar memreintahkan agar jual beli dilakukan dengan harga orang kebanyakan, dengan kata lain menjual dengan harga pasar. Itu adalah untuk menjaga kemaslahatan semua umat Islam, Harga tersebut tidak seragam dengan keputusan penguasa, tetapi seragam kaena adanya persediaan dan permintaan barang. Siapa yang merenungkan atsar-atar di atas akan menemukan petunjuknya secara jelas. Diantara petunjuk yang paling jelas adaah

perkataan Umar, "Sesungguhnya kami tidak memaksamu atas harga tertentu". Ini artinya membiarkan penentuan harga pada fluktuasi antara persediaan dan permintaan barang. Ketika terjadi pergerakan harga, baik naik atau turun, adalah akibat dari fluktuasi persediaan dan permintaan barang dalam keadaan normal, maka penentuan harga dalam keadaan seperti ini tidak diperbolehkan (Azizah, 2012).

Kebijakan Harga Pada Masa Ulama

Para ulama berbeda pendapat tentang penentuan harga. Pendapat terkuat adalah pendapat tidak diperbolehkannya penentuan harga, yang merupakan pendapat kebanyakan ulama. Pendapat kedua mengatakan diperbolehkan menentukan harga apabila dibutuhkan. Sebagian ulama mazhab Maliki berpendapat bahwa penguasa bisa melarang orang yang ingin menjual barang lebih murah dari yang dijual orang lain maka dikatakan kepadanya, "Jualah seperti orang lain menjual. Apabila tidak, maka keluarlah dari kami, sehingga tidak membahayakan penghuni pasar". (Al-Haritsi, 2006)

Perbincangan mengenai sumbangan ilmiah para ulama klasik terhadap pemikiran ekonomi modern belumlah lengkap kalau belum menyentuh persoalan mekanisme harga atau mekanisme pasar. Para ulama klasik telah memberikan sumbangan pemikiran yang sangat kaya dalam subyek ini antara lain (Basri, 2006):

Abu Yusuf (Awal abad ke-8 sesudah Masehi)

Seorang sarjana Muslim yang pertama kali menulis tentang mekanisme pasar dan harga, dengan uraian bahasan yang sangat rinci dan canggih adalah Abu Yusuf (Syamsu, 2016). Tulisan pertamanya menguraikan tentang naik turunnya produksi yang dapat mempengaruhi harga, kemudian dia yang pertama kali mengajukan teori mengenai jumlah permintaan dan persediaan (demand and supply) dan pengaruhnya terhadap harga. Pandangan Abu Yusuf menunjukkan adanya hubungan negatif antara persediaan (supply) dengan harga. Hal ini adalah benar bahwa harga itu tidak

tergantung pada supply itu sendiri-hal sama pentingnya adalah kekuatan permintaan (Amalia, 2013). Oleh karena itu, bertambahnya dan berkurangnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan bertambah atau berkurangnya dalam produksi. Berdasarkan pandangan di atas, Abu Yusuf mengatakan bahwa ada beberapa alasan lain yang juga mempengaruhi, namun dia gagal menjelaskan secara tuntas. (Muhammad, 2004)

Berbeda dengan pandangan saat itu yang beranggapan bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan sebaliknya (Saleh, 2011). Abu Yusuf menyatakan "Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah, kadang-kadang makanan sangat sedikit tapi murah". Dari pernyataan tersebut, Abu Yusuf tampaknya menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara penawaran dan harga. Pada kenyataannya, harga tidak bergantung pada penawaran saja tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi, tetapi dia tidak menjelaskan lebih rinci. (Muhammad, 2004)

Qodhi Abdul Jabbar al-Mu'tazili (w. 415 H)

Karya Qodhi Abdul Jabbar sesungguhnya tidak secara khusus membicarakan ekonomi tetapi lebih kepada teologi terutama pokok-pokok teologi Mu'tazilah. Tetapi didalamnya terdapat kupasan yang sangat bagus tentang mekanisme pasar dan harga bahkan beliau menjelaskan dengan sangat rinci tentang faktor-faktor yang menyebabkan harga menjadi naik dan turun. Faktor-faktor ini misalnya banyak atau sedikitnya barang, besar atau kecilnya permintaan, dan bencana alam. Analisisnya tentang mekanisme harga ini sangat ilmiah dan jauh mendahului Adam Smith (1723-1790), David Ricardo (1772-1823) bahkan

Marshall (1842-1924) sekalipun. (Basri, 2006)

Imam al-Juwaini (w.478 H)

Dalam kitab al-Irsyad yang sesungguhnya adalah kitab yang berbicara tentang teologi, tetapi kupasan beliau tentang mekanisme harga didalamnya juga amat memukau. Beliau juga berpendapat bahwa turun dan naiknya harga bergantung kepada tingkat kemakmuran, kebutuhan dan dan permintaan. (Basri, 2006)

Imam al-Ghazali

Dalam kitab Ihya-nya, beliau memberikan batasan syar'i tentang ihtikar (menimbun) dengan pemahaman "menyimpan bahan makanan dan menahannya untuk tidak dijual (ke pasaran) dengan maksud menunggu tingginya harga". Batasan syar'i inilah yang kemudian diadopsi oleh para ulama dan menjadi acuan dalam muamalah. Batasan diatas hanya berlaku bagi komoditi bahan makanan termasuk bahan-bahan yang menjadi ikutannya seperti daging dan buah-buahan. Adapun komoditas lainnya tidak dimasukkan dalam kategori ihtikar. Selain itu beliau juga menunjukkan semacam kriteria yang mendasari dilarangnya melakukan kegiatan ihtikar yaitu timbulnya bahaya dan kerugian bagi semua orang. Karena itu beliau juga menggarisbawahi bahwa hanya pada waktu di mana kebutuhan orang begitu besar terhadap bahan makanan (yaitu situasi dimana permintaan lebih tinggi daripada penawaran) saja. Jika situasi normal dan semua barang kebutuhan tersedia melimpah ruah di pasar, maka larangan ihtikar menjadi hilang karena bahaya yang ditimbulkannya tidak tampak dalam kenyataan. Yang menjadi menarik dari penjelasan Imam al Ghazali tentang ihtikar ini adalah pemahaman yang tersirat tentang mekanisme pasar. Ini berarti beliau sangat memahami hukum besi ekonomi yang berlaku di mana-mana yaitu jika penawaran melimpah (supply is greater than demand), maka harga akan turun (Kasdi, 2016). Demikian pula sebaliknya. Beliau juga melihat hubungan erat antara nilai suatu barang dengan kelangkaannya dan bahkan beliau juga sepertinya sudah melihat fenomena marginal utility. Padahal konsep

ini masih sangat baru dan dikenal dalam literatur ekonomi konvensional di akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. (Basri, 2006)

Imam al Ghazali melihat bahwa kegiatan ekonomi pada hakikatnya bertujuan untuk mendapatkan laba yang kemudian dimanfaatkan untuk kemaslahatan individu didunia dalam rangka beribadah kepada Allah karena adalah ladang akhirat. Beliau bahkan menyatakan bahwa secara syar'i, tingkat keuntungan (*rate of profit*) tidak memiliki batasan tertinggi (*ceiling*). Sekalipun demikian, beliau memberikan nasehat kepada para pelaku bisnis agar mematok margin keuntungan tidak terlalu tinggi yaitu sebatas tingkat yang berlaku dipasar. Sebenarnya secara implisit beliau memvisualisasikan adanya pasar bersaing sempurna karena dengan model ini tingkat harga akan bersaing dan pelaku dipasar akan mematok margin laba tidak terlalu tinggi. Dalam kondisi monopolis, tidak dimungkinkan pelaku akan mematok harga secara bersaing karena ia adalah pemain tunggal di dalam pasar dan karena itu ia dapat mengontrol sesuka hatinya. Beliau menulis dalam Ihyanya: Barang siapa puas dengan tingkat laba yang kecil, maka muamalahnya akan berkembang banyak (banyak pelanggannya) dan pada gilirannya akan mendapatkan untung yang banyak pula". Jika direnungkan secara lebih mendalam, gagasan Imam al Ghazali tentang untung sedikit dan konsumen banyak" merupakan terobosan ilmiah dalam literatur mikroekonomi (Sari & Oktarina, 2020). Hal ini disebabkan karena pernyataan ini valid secara ilmiah dan dapat dibuktikan secara matematis setelah dikembangkannya analisis tentang marginal revenue vs marginal cost dan hubungannya dengan total cost dalam rangka analisis memaksimalkan laba (profit maximization). (Basri, 2006)

Ibnu Taimiyah

Menetapkan harga yang adil Pada dasarnya ada anggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar, maka Ibn

Taimiyah langsung membantahnya. Oleh karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun, harga barang itu akan naik (Febianti, 2014). Begitupun sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil. Atau mungkin juga tindakan yang tidak adil. (Muhammad, 2004)

Menurut Ibn Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar-kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan penawaran dan/atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. (Muhammad, 2004)

Ibn Taimiyah juga menjelaskan bahwa pengaruh perubahan permintaan dan penawaran terhadap harga pasar, dia tampaknya tidak mengidentifikasi efek yang lebih tinggi atau lebih rendah harga pada kuantitas yang diminta atau yang ditawarkan (Salim, Muharir, & Hermalia, 2021). Akan tetapi di dalam kitab al-Hisbahnya, ia menunjukkan kebijakan pemerintah akan mempengaruhi terjadinya permintaan dan penawaran. (Muhammad, 2004)

Permintaan akan barang sering berubah-ubah. Perubahan itu tergantung pada jumlah penawaran, jumlah orang yang menginginkannya, kuat lemahnya dan besar kecilnya kebutuhan terhadap barang tersebut. Bila ini benar, Ibn Taimiyah telah mengasosiasikan harga tinggi dengan intensitas kebutuhan sebagaimana kepentingan relatif barang terhadap total kebutuhan pembeli. Bila kebutuhan kuat dan besar, maka harga akan naik, dan sebaliknya.

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil adalah harga yang sepenuhnya ditentukan melalui permainan bebas dari kekuatan penawaran dan permintaan. Dari perspektif penjual setiap ada kenaikan harga yang secara hukum dapat dipertimbangkan dalam situasi ada kekurangan bahan pangan yang ditawarkan atau terjadi kenaikan

permintaan yang riil. Hal ini sejalan dengan sabda Rasul bahwa Allah yang menetapkan harga (melalui kekuatan penawaran dan permintaan); sebagaimana Allah yang menentukan apakah akan sungguh ada kekurangan bahan pangan atau peningkatan permintaan (e.g. melalui peningkatan populasi yang cepat). (Yusoof, 2002)

Sikap Ibnu Taimiyah berada di antara dua larangan sama-sama ekstrim, yaitu secara absolut melarang dan hak pemerintah mengatur harga tanpa syarat. Dalam menetapkan harga, tingkat tertinggi dan terendah bisa ditetapkan, sehingga kepentingan dua pihak, penjual dan pembeli terlindungi. Seluruh ahli fiqh sepakat bahwa seseorang bisa dipaksa untuk menjual barang dagangan pada tingkat harga yang setara, jika ia secara hukum terikat untuk menjualnya. Para penimbun barang atau pemegang monopoli terkena aturan ini. (Islahi, 1997)

Ibnu Taimiyah tidak menyukai kebijakan penetapan harga oleh pemerintah, jika kekuatan pasar yang kompetitif bekerja dengan baik dan bebas. Ia merekomendasikan kebijakan penetapan harga (oleh pemerintah); dalam kasus terjadi monopoli dan ketidaksempurnaan mekanisme pasar. Alasan yang sama secara konsisten berlaku dalam kasus tenaga kerja dan jasa produksi lainnya. (Islahi, 1997)

Ibnu Khaldun (1332-1404)

Dalam karyanya yang monumental yang berjudul al-Muqaddimah, pada bab yang berjudul "Harga di Kota-Kota", Ibn Khaldun membagi jenis barang menjadi barang kebutuhan pokok dan barang mewah. Menurut Ibn Khaldun, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya akan bertambah banyak, maka harga-harga barang kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas pengadaannya. Akibatnya penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaannya akan meningkat sejalan dengan berkembangnya kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah meningkat. (Muhammad, 2004)

Ibn Khaldun menjelaskan mekanisme penawaran dan permintaan dalam

menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan di antara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan. Setelah itu, pada sisi penawaran ia menjelaskan pula pengaruh meningkatnya biaya produksi karena pajak dan pungutan-pungutan lain di kota tersebut. Ibn Khaldun juga menjelaskan pengaruh naik turunnya penawaran terhadap harga (Pertaminawati, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa Ibn Khaldun, sebagaimana Ibn Taimiyah, telah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu harga keseimbangan. Ibn Khaldun, kemudian mengatakan bahwa keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedangan kehilangan motivasi. Sebaliknya, bila pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen. Bila dibandingkan dengan Ibnu Taimiyah, yang tidak menggunakan istilah persaingan, Ibn Khaldun menjelaskan secara eksplisit elemen-elemen persaingan. Bahkan ia juga menjelaskan secara eksplisit jenis-jenis biaya yang membentuk penawaran, sedangkan Ibnu Taimiyah menjelaskan secara implisit. Ibn Khaldun juga mengamati fenomena tinggi-rendah, tanpa mengajukan konsep apapun tentang kebijakan kontrol harga. Di sinilah bedanya, tampaknya Ibn Khaldun lebih fokus menjelaskan fenomena yang terjadi, sedangkan Ibn Taimiyah lebih fokus pada kebijakan untuk menyikapi fenomena yang terjadi. Sebagaimana telah kita ketahui, Ibn Taimiyah tidak menjelaskan secara rinci pengaruh turun-naiknya permintaan dan penawaran terhadap harga keseimbangan. Namun, ia menjelaskan secara rinci bahwa pemerintah tidak perlu ikut campur tangan dalam menentukan harga selama mekanisme harga berjalan normal. Hanya, bila mekanisme normal tidak berjalan, pemerintah disarankan melakukan kontrol harga. (Muhammad, 2004)

Muhammad Nejatullah Siddiqi

Batasan-batasan maksimalisasi profit Muhammad Nejatullah Siddiqi menyatakan

bahwa batasan maksimalisasi profit dapat menjadi alternatif dan dapat diterima sepanjang dapat memenuhi prinsip-prinsip berikut ini:

- a. Sangat sesuai dengan konsep Islam mengenai keadilan sosial (social justice)
- b. Bertanggung jawab terhadap kesejahteraan orang lain.
Muhammad Nejatullah Siddiqi juga berpendapat bahwa batasan maksimalisasi profit akan memotivasi produsen untuk :
 - a. Menurunkan profit margins yang memungkinkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terpuaskan.
 - b. Menahan untuk tidak menaikkan profit agar tidak merugikan konsumen. (Yusoof, 2002)
 - c. Mempunyai profit yang memuaskan.

Kesimpulan

Bisnis Islami menekankan adanya kepuasan bersama (*mutual satisfaction*) dan persetujuan atau keridlaan (*taradin*) antara pembeli dan penjual serta kebutuhan untuk jujur dalam semua transaksi bisnis untuk mendapatkan keberkahan dari Allah. Hal ini berbeda dengan konsep bisnis konvensional, dimana maksimalisasi profit secara normal dipandang sebagai tujuan utama atau tujuan tunggal. Sedangkan dalam bisnis Islami maksimalisasi profit tidak dipandang sebagai tujuan utama atau tujuan tunggal. Bisnis Islami menekankan tercapainya visi universal dalam bisnis yaitu falah, dimana dalam konsep tersebut sudah tercakup manfaat dunia dan akhirat dari bisnis yaitu dengan menjalankan fungsi ekonomi dan fungsi sosial sebaik fungsi religius. Oleh karena itu, kebijakan profit maximization tidak diperbolehkan dalam bisnis islami.

Batasan maksimalisasi profit dapat menjadi alternatif dan dapat diterima sepanjang dapat memenuhi prinsip-prinsip yaitu sangat sesuai dengan konsep Islam mengenai keadilan sosial (social justice) dan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan orang lain. Meskipun konsep bisnis Islam merupakan pelayanan kepada umat manusia hal ini bukan berarti mengubah bisnis menjadi amal sosial. Hal ini dikarenakan

Islam membolehkan harga yang wajar dan menghukum yang melebihkannya. Pebisnis Muslim tidak dipaksa untuk mengorbankan profit yang wajar untuk membantu pelanggan yang miskin. Al Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan dan mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Harga yang adil atau jujur disebut sebagai tradisi Rasulullah SAW, Khalifah kedua, Umar bin Khattab dan juga Khalifah keempat, Ali bin Abi Thalib dan juga digunakan sebagai landasan konsep kebijakan penentuan harga oleh para ulama.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Haritsi, J. bin A. (2006). *Fikih ekonomi Umar bin Al-Khathab*. Pustaka Al-Kautsar.
- Al Assal, A. M., & Karim, F. A. A. (1999). *Sistem, prinsip, dan tujuan ekonomi Islam* (Cet.1). Bandung: Pustaka Setia.
- Amalia, E. (2013). DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Al-Iqtishad*, *V*(1), 1–22.
- Azizah, M. (2012). Harga Yang Adil dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah dalam Perspektif Islam. *Unisia*, *34*(76), 74–85. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol34.iss76.art6>
- Basri, I. A. (2006). *Menguak Pemikiran Ekonomi Islam Ulama Klasik*. Jakarta: LPPI.
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada Pt. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, *13*(2).
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam ekonomi mikro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *2*(1).
- Gunara, T., & Sudibyoy, U. H. (2007). *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw*. Jakarta: Madani Prima.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (1st ed.). Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hilal, S. (2014). Konsep Harga dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah). *Asas*, *6*(2).
- Islahi, A. A. (1997). *Konsepsi ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Kasdi, A. (2016). Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *4*(2), 18–34.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi mikro dalam perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Pertaminawati, H. (2016). Analisis pemikiran Ibnu Khaldun tentang mekanisme pasar dan penetapan harga dalam perekonomian Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, *15*(2), 195–216.
- Qaradhawi, M. Y. (1993). *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Saleh, M. (2011). Pasar Syari'ah Dan Keseimbangan Harga. *Media Syari'ah: Wabana Kajian Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, *13*(1), 21–36.
- Salim, A., Muharir, M., & Hermalia, A. (2021). Pemikiran Ibnu Taimiyah Dalam Harga, Pasar dan Hak Milik. *Ekonomica Sbaria: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, *6*(2), 155–166.
- Sari, N. N., & Oktarina, A. (2020). ANALISIS PEMIKIRAN EKONOMI IMAM AL-GHAZALI TENTANG BATASAN KEUNTUNGAN DALAM JUAL BELI. *JURNAL AGHNIYA*, *3*(2), 243–254.
- Syamsu, N. (2016). Tinjauan Sejarah Mekanisme Pasar Dalam Islam Pendahuluan. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, *1*(1), 1–14.
- Yusoof, N. M. (2002). *Islam dan Business*. Selangor: Pelanduk Publications.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.