

# Perdagangan Efisien dalam Perspektif Islam: Kepentingan Simetris, Keseimbangan Informasi dan Keseimbangan Antar Sektor

Moh Khoiruddin

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (UNNES)

mohkhoiruddin@yahoo.co.id

## Abstract

*Many major problems arise in the trading. All these problems could not be separated from the conventional economic concept belief that market force will create “order” and “harmony”, and every effort for the government intervention will only lead to market distortions and inefficiency. Symmetry concept between the public and private interests that will be able to realize a good trade order and fair, also the concept of self-interest as the cornerstone of all activities, including producers / sellers and consumers. That concept has been proven to cause market distortions and inefficiency within the micro and macro. Trade sector is a special emphasis in Islamic economics, for its links directly with the real sector. The author, based on reality problems and as well as exploration of Islamic values, particularly in trade areas, recommending solutions to trade problems. First, the concept of symmetry between the private and public interests are believed to bring good order and fair trade must be changed to be symmetrical between the interests of consumers, producers / sellers and the government. Second, the government as a regulator of trade must build systems that ensure the minimization of assymetric information anytime and anywhere, which essentially includes the publication of prices and product specifications in real time, accurate, inexpensive, and informative so that all parties to avoid deception or inaccurate information. Third, the regulations should not increase the cost burden of the public or business, let alone the additional costs outweigh the benefits. Fourth, to ensure stability and economic security, the development of financial sector development should be based on the real sector, in which is dominated by the trade sector.*

## Abstrak

Banyak masalah besar muncul dalam perdagangan. Semua masalah tersebut tidak lepas dari keyakinan konsep ekonomi konvensional bahwa kekuatan pasarlah yang akan menciptakan “tatanan” dan “keharmonisan”, dan setiap upaya pemerintah untuk intervensi pasar hanya akan menimbulkan distorsi dan in-efisiensi. Kemudian juga, adanya konsep simetris antara kepentingan privat dan publik yang akan mampu mewujudkan suatu tatanan perdagangan yang baik dan *fair*, serta konsep *self interest* sebagai landasan semua aktifitas, termasuk produsen/penjual dan konsumen. Konsep di atas terbukti telah menimbulkan distorsi pasar serta in-efisiensi dalam lingkup mikro maupun makro. Perdagangan merupakan sektor yang mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Penulis, dengan mendasarkan diri pada realitas masalah yang ada serta eksplorasi nilai-nilai Islam dalam bermuamalah, khususnya dalam wilayah perdagangan, merekomendasikan solusi permasalahan perdagangan yang wujud. Pertama, konsep simetris antara kepentingan privat dan publik yang diyakini mampu mewujudkan tatanan perdagangan yang baik dan *fair* harus dirubah menjadi simetris antara kepentingan pihak konsumen, produsen/penjual dan pemerintah. Kedua, pemerintah sebagai pengatur perdagangan harus membangun sistem yang menjamin minimalisasi *assymetric information* kapanpun dan dimanapun, yang intinya memuat publikasi harga dan spesifikasi produk secara *real time*, akurat, murah, dan informatif sehingga semua pihak terhindar dari kebohongan atau ketidakakuratan informasi. Ketiga, peraturan harus tidak menambah beban biaya masyarakat atau pelaku usaha, apalagi tambahan biaya tersebut lebih besar daripada manfaat yang didapat. Keempat, untuk menjamin kestabilan dan ketahanan ekonomi, maka pembangunan sektor keuangan harus berbasis pada perkembangan sektor riil, yang di dalamnya didominasi oleh sektor perdagangan.

### A. Pendahuluan

Perdagangan merupakan kegiatan yang telah lama dilakukan, dan merupakan aktifitas vital dalam sejarah kehidupan manusia. Apalagi dalam era modern seperti sekarang ini, semua manusia setiap hari hampir tidak bisa lepas dari perdagangan. Perdagangan merupakan aktifitas jual beli produk (barang, jasa atau gagasan) yang dilakukan oleh perseorangan, perusahaan, negara atau entitas bisnis lain melalui berbagai cara transaksi. Perdagangan dapat dilakukan dengan cara barter, menggunakan alat tukar

berupa uang kartal atau giral, serta bisa dengan memakai kartu fasilitas pembiayaan dari lembaga keuangan. Produk yang diperdagangkan dapat berupa *real asset*, *financial asset*, jasa atau *option*. Sementara, distribusi produk yang diperdagangkan dapat dilakukan secara langsung dari produsen ke pembeli, atau bisa juga secara tidak langsung melalui agen atau jaringan penjualan. Dilihat dari sisi pembayaran dan penyerahan barang dapat dilakukan secara tangguh atau tunai pada saat transaksi tersebut dilakukan.

Hampir semua aktifitas perdagangan dilihat dari berbagai aspek, biasanya didorong oleh kepentingan pememenuhan kebutuhan konsumen di satu sisi, dan kepentingan mendapatkan keuntungan bagi produsen atau penjual di sisi yang lain. Perdagangan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan keuntungan tersebut dalam praktiknya banyak mengandung berbagai permasalahan. Masalah-masalah yang timbul bisa berasal dari perilaku produsen/penjual, perilaku konsumen, sistem perdagangan yang dibangun atau akibat dari perilaku pemerintah yang tidak mencerminkan ketegasan dan keadilan dalam bertindak. Permasalahan pertama yang sering muncul dalam perdagangan adalah menyangkut manfaat produk yang ditransaksikan. Tidak sedikit produk yang ditransaksikan sebenarnya tidak mengandung manfaat besar bagi pembelinya, atau mengandung keburukan bagi yang konsumsinya. Banyak produk yang sebenarnya bukan kebutuhan pokok manusia diproduksi dan diperdagangkan, karena menjanjikan keuntungan yang besar. Sementara banyak produk kebutuhan pokok yang justru tidak banyak diproduksi/diperdagangkan, karena hanya menjanjikan keuntungan yang kecil bagi produsen. Kemudian, banyak sekali produk-produk yang merusak atau mengganggu kesehatan manusia ditransaksikan tanpa banyak disadari oleh para konsumen. Bahkan justru banyak konsumen yang sedemikian bangga menggunakan produk kurang bermanfaat atau bahkan “mematikan” tersebut dan tidak segan-segan bersedia mengeluarkan biaya besar untuk memperolehnya karena ketidaktahuannya. Para konsumen mengkonsumsi produk-produk seperti itu lebih karena dorongan promosi dan *brand image* yang dilakukan dan dibangun oleh para produsen atau penjual dengan tujuan utama meraup keuntungan besar. Semua itu akan memunculkan masalah, terutama bagi konsumen, dan akan memunculkan distorsi pasar dalam transaksi-transaksi produk tertentu.

Permasalahan kedua adalah berkenaan dengan bentuk pasar yang tidak memungkinkan banyak pelaku bisnis masuk dalam suatu sektor tertentu, karena adanya monopoli atau oligopoli yang berujung pada monopoli harga. Bentuk pasar monopoli atau oligopoli biasanya cenderung menghasilkan in-efisiensi dalam perekonomian, karena posisi produsen/penjual lebih kuat dalam tawar-menawar dengan konsumen. Monopoli dan oligopoli dapat dipertimbangkan bila mempunyai implikasi positif bagi perekonomian, terutama diberlakukan bagi produk-produk strategis yang menyangkut hajat hidup orang banyak dan menyangkut integritas suatu bangsa, serta produk yang mempunyai keunggulan komparatif dalam hal efisiensi. Meski demikian pemerintah dan masyarakat harus mempunyai kekuasaan dan aktif mengontrol implikasi dari monopoli tersebut untuk mencegah ketidakefisienan.

Permasalahan ketiga yang tidak kalah krusialnya adalah seringnya terjadi *assymetric information* antara penjual dan pembeli terkait dengan harga dan produk yang diperjualbelikan. *Assymetric information* muncul akibat adanya ketidaktransparanan dari pelaku, munculnya upaya untuk menyembunyikan informasi, mahalnya biaya untuk mendapatkan informasi, kesulitan mendapatkan informasi dengan cepat dan akurat, serta ketidakmampuan salah satu pihak mengolah informasi menjadi sebuah keputusan. Dampak adanya *assymetric information* cenderung akan merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam perdagangan dan negara. Ketidakseimbangan informasi di antara penjual dan pembeli akan berujung pada timbulnya masalah ketidakefisienan ekonomi, baik pada skala mikro maupun makro.

Permasalahan keempat adalah adanya ketidakseimbangan antara sektor riil dan sektor keuangan. Dalam kasus Indonesia dan sejumlah negara lain kenyataannya sektor riil atau sektor produksi tidak tumbuh sebesar dan secepat sektor keuangan. Transaksi perdagangan di sektor keuangan jauh melampaui transaksi di sektor riil, meskipun yang ditransaksikan lebih banyak dalam bentuk uang atau *option*. Walaupun kedua sektor ini berbeda namun bisa saling mempengaruhi dan berdampak pada perekonomian secara makro. Dampak yang jelas dari hal tersebut adalah munculnya kenaikan harga produk yang terus menerus di sektor riil, yang akhirnya jelas akan menghambat atau bahkan mengurangi kesejahteraan masyarakat kebanyakan.

Ketika perdagangan dilakukan semata-mata atas dasar semangat *self interest* dan menghalalkan segala cara, maka akan banyak memunculkan berbagai masalah yang sangat tidak menguntungkan ditinjau dari aspek apapun dan dengan kaca mata siapapun. Namun demikian, fakta menunjukkan bahwa semangat menghalalkan segala cara yang merupakan turunan dari materialisme ini nampak dominan dipraktikkan dalam perdagangan. Tidak mengherankan kalau kemudian kondisi tersebut melahirkan bertumpuk masalah yang sedemikian kompleks yang tidak mudah diurai untuk diperbaiki. Islam sebagai ajaran langit yang dibangun di atas fondasi yang berbeda dengan materialisme diharapkan mampu memberi solusi dari berbagai permasalahan perdagangan yang selama ini muncul. Berangkat dari sejumlah permasalahan perdagangan di atas, tulisan ini mencoba mengeksplorasi nilai-nilai Islam dalam rangka untuk memberikan kontribusi terwujudnya suatu sistem perdagangan dan perilaku bisnis yang *fair* yang membawa kemanfaatan besar bagi semua pelaku bisnis dan bagi makro ekonomi.

## B. Konsep Dasar Islam tentang Perdagangan

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa 29)

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.” (QS. Ar-Rahmaan, 9)

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;” (QS. Asy-Syu’ara, 181)

﴿ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;” (QS. Asy-Syu’ara, 183)

“Janganlah seorangpun di antara kamu yang memperlakukan saudara dengan cara yang tidak disukainya. Tidak ada seorangpun di antara kamu yang bisa disebut sebagai seorang yang beriman kecuali ia mencintai saudaranya seperti halnya ia mencintai dirinya sendiri”

- Hadis riwayat Ibnu Umar ra.:  
Bahwa Rasulullah saw. melarang sistem penjualan najasy (meninggikan harga untuk menipu). (Shahih Muslim No.2792)
- Hadis riwayat Ibnu Umar ra.:  
Bahwa Rasulullah saw. melarang mencegat barang dagangan sebelum tiba di pasar. Demikian menurut redaksi Ibnu Numair. Sedang menurut dua perawi yang lain: Sesungguhnya Nabi saw. melarang pengecatan. (Shahih Muslim No.2793)
- Hadis riwayat Hakim bin Hizam ra.:  
Dari Nabi saw. beliau bersabda: Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama belum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menearangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuskan keberkahan jual beli mereka. (Shahih Muslim No.2825)

- Hadis riwayat Ibnu Umar ra.:  
Seorang lelaki melaporkan kepada Rasulullah saw. bahwa ia tertipu dalam jual beli. Maka Rasulullah saw. bersabda: Katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual-beli: Tidak boleh menipu! Sejak itu jika ia bertransaksi jual beli, ia berkata: Tidak boleh menipu!. (Shahih Muslim No.2826)
- Hadis riwayat Abu Hurairah ra., ia berkata:  
Aku mendengar Rasulullah saw. bersabda: Sumpah itu penyebab lakunya barang dagangan, tetapi menghapus keberkahan laba. (Shahih Muslim No.3014)
- Hadis riwayat Ibnu Abbas ra., ia berkata:  
Nabi saw. tiba di Madinah sedang penduduknya biasa melakukan pemesanan buah-buahan dengan harga kontan selama satu sampai dua tahun. Maka beliau bersabda: Barang siapa yang membeli kurma dengan cara memesan, hendaklah ia memesan dalam takaran yang diketahui atau timbangan yang diketahui serta batas waktu yang diketahui pula. (Shahih Muslim No.3010)

### **C. Kepentingan yang Simetris antara Konsumen, Produsen dan Pemerintah**

Konsep ekonomi konvensional yang dibangun dengan pengaruh bayangan kekokohan hukum fisika Newton, sebagaimana yang dikatakan oleh Jean Baptiste Say, bahwa sama halnya dengan jagat raya, ekonomi akan berjalan dengan baik jika ia dibiarkan berjalan sendiri. Produksi akan menciptakan permintaannya sendiri dan tidak akan ada kelebihan produksi atau pengangguran. Setiap tendensi untuk menciptakan kelebihan produksi atau pengangguran akan dapat dikoreksi secara otomatis. Kekuatan-kekuatan pasarlah yang akan menciptakan “tatanan” dan “keharmonisan”, dan setiap upaya dari pihak pemerintah untuk intervensi dalam pasar yang mampu melakukan penyesuaian sendiri hanya akan menimbulkan distorsi dan inefisiensi.<sup>2</sup> Sementara Adam Smith menyatakan bahwa terdapat simetri antara kepentingan publik dan swasta. Jika setiap orang dibiarkan melampiasikan

kepentingannya sendiri, “tangan gaib” (*invisible hand*) dari kekuatan-kekuatan pasar, lewat batasan-batasan yang dipaksakan oleh kompetisi, akan mendorong kepentingan seluruh masyarakat sehingga menciptakan suatu keharmonisan antara kepentingan privat dan umum. Kepentingan diri yang tidak terhambat akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial. Dengan demikian, prinsip utama ekonomi konvensional adalah manusia ekonomi rasional yang mana setiap aktifitas pelaku ekonomi hanya didorong oleh kepentingan diri sendiri (*self-interest*). Peranan *self-interest* yang sedemikian kuat pada perilaku ekonomi diasumsikan ekuivalen dengan gaya gravitasi. *Self-interest* yang mengatur semua gerakan aktifitas manusia disamakan dengan gravitasi sebagai pusat kekuatan/daya tarik yang menimbulkan gerakan terkoordinasi dari semua benda-benda planet. *Self-interest* dalam hal ini ditampilkan sebagai suatu kekuatan konstruktif untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Sistem pasar diyakini akan mengantarkan kepada penggunaan sumber daya langka yang efisien. Persaingan bebas antar individu dalam suatu pasar akan menjamin terwujudnya kesejahteraan umum. Adanya persaingan bebas akan melindungi *self-interest* dalam ikatan-ikatan yang terkendali, akan meminimalkan biaya dan harga yang selanjutnya menjamin sistem mencapai efisiensi maksimum. Hanya ketika pemerintah tidak intervensi, ketika pengusaha swasta dibiarkan bebas merealisasikan tujuan ekonominya, maka kesejahteraan optimum dapat dicapai dan kepentingan nasional dapat dilindungi dengan baik. Bila dibiarkan, bukan saja individu yang lebih sejahtera, melainkan dalam jangka panjang, semua orang juga akan lebih sejahtera.<sup>3</sup> Untuk membuktikan bahwa pasar akan bekerja dengan efisiensi maksimal bila dibiarkan beroperasi sendiri adalah bahwa individu dalam kapasitasnya sebagai konsumen yang memiliki kebebasan, bertindak secara rasional, dan mencoba untuk memaksimalkan nilai guna mereka dengan membeli barang dan jasa dengan harga yang paling rendah yang menempati kedudukan tertinggi pada skala preferensi mereka. Preferensi mereka direfleksikan dalam pasar lewat permintaan atau kesediaan mereka membayar harga pasar. Sementara itu individu dalam kapasitasnya sebagai produsen, juga bertindak secara rasional dan memberikan respon secara pasif terhadap permintaan ini dengan memproduksi pada tingkat ongkos yang paling rendah yang akan membantu mereka memaksimalkan keuntungan.



Interaksi bebas antara konsumen yang memaksimalkan nilai guna dengan produsen yang memaksimalkan keuntungan dalam kondisi pasar bersaing sempurna akan menemukan ekuilibrium harga bagi produk yang ditransaksikan. Harga-harga termasuk biaya-biaya berfungsi sebagai mekanisme yang netral nilai dan tidak memihak serta mengarah kepada transfer sumber-sumber daya dari satu penggunaan kepada penggunaan yang lain. Dengan demikian, tanpa upaya dari pihak lain atau campur tangan, terdapat produksi dari konfigurasi produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Konfigurasi demikian disebut dengan optimalitas *pareto*. Suatu kondisi yang paling efisien karena tidak mungkin lagi meningkatkan efisiensi tanpa menyebabkan orang lain menjadi lebih buruk kondisinya. Pada titik ekuilibrium kepuasan konsumen maksimum, biaya produksi minimum, dan pendapatan masing-masing faktor produksi seperti gaji, upah, sewa, laba dan yang lainnya adalah maksimum. Dengan demikian, harga-harga pasar menentukan tidak saja penggunaan sumber-sumber daya yang paling efisien melainkan juga distribusi pendapatan yang paling adil dalam suatu cara rasional dan tidak memihak tanpa adanya penilaian (*value judgement*). Oleh karena itu, secara otomatis kepentingan publik dan privat dapat diharmonisasikan.

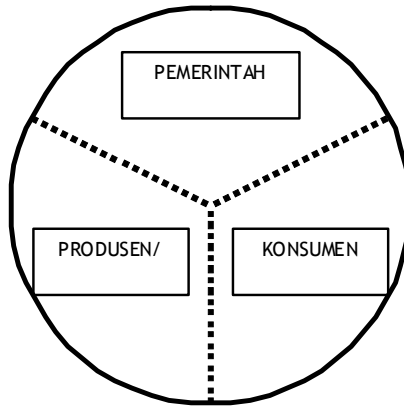
Logika adanya simetri antara kepentingan publik dan privat akan mempunyai dampak, yaitu secara pelan-pelan menutup mata dari kewajiban sosial individu terhadap hasil perilaku mereka “yang tidak diinginkan”, dan membuat pasar hanya sebagai instrumen untuk mewujudkan efisiensi dan pemerataan alokasi serta distribusi sumber-sumber daya. Peran faktor-faktor institusional seperti nilai-nilai moral dan peranan pemerintah otomatis akan terhapus. Harga yang ditentukan oleh pasar menjadi satu-satunya mekanisme filter, sementara kepentingan diri sendiri menjadi satu-satunya kekuatan yang menjadi motivasi. Kedua hal ini juga akan menciptakan restrukturisasi yang diperlukan dalam pemanfaatan sumber-sumber daya sampai akhirnya kondisi yang paling adil dan efisien tercapai. Dengan demikian, penerimaan secara diam-diam seolah menunjukkan bahwa kompetisi sudah cukup untuk melayani kepentingan sosial dan menciptakan keharmonisan dalam masyarakat manusia.

Bila dalam ekonomi konvensional seperti itu, bagaimana hal tersebut dilihat dalam perspektif Islam. Konsekuensi dari konsep manusia ekonomi

rasional yang berbasis *self-interest* tersebut akan memalingkan pelaku ekonomi dari perhatian ke arah tanggung jawab sosial dan moral individu terhadap hasil sosial akhir. Hal ini terjadi karena *self-interest* yang didasarkan pada perhitungan uang dan konsistensi internal dianggap sebagai satu-satunya penentu rasionalitas. *Self-interest* yang didasarkan pada perhitungan uang telah menjadi bagian nafsu untuk mengumpulkan kekayaan tak terbatas serta pemenuhan keinginan yang maksimum. Begitu pula konsistensi nilai dilihat dari sisi hubungannya dengan *self-interest*. Dengan demikian, karena tidak bisa diuangkan, maka tidak ada ruang untuk menghitung nilai-nilai seseorang, tujuan kehidupan, kewajiban sosial, serta dorongan-dorongan yang tidak bisa dinilai dengan uang.

Oleh karena itu konsep simetris antara kepentingan privat dan publik saja dalam ekonomi konvensional tidak akan mampu mewujudkan suatu tatanan perdagangan yang *fair* yang membawa kemanfaatan bagi semua secara proporsional. Konsep harus dirubah menjadi simetris antara kepentingan pihak konsumen, pihak produsen/penjual dan pihak pemerintah. Kepentingan konsumen ketika membeli produk adalah harapan mendapatkan produk dengan kualitas bagus, harga yang relatif murah, serta mampu memberikan kepuasan maksimum. Kepentingan produsen atau penjual adalah bagaimana dapat mendapatkan keuntungan yang besar dari transaksi produk yang dilakukannya. Agar keinginan produsen/penjual tersebut dapat terealisasi maka produsen/penjual harus mampu memproduksi atau menyediakan produk dengan efisien sehingga dapat memberikan harga jual relatif murah, memproduksi dengan standar mutu tinggi, serta mampu menciptakan produk yang mampu memberikan kepuasan tinggi bagi konsumen. Sementara itu, kepentingan pemerintah adalah bagaimana dalam makro ekonomi dapat tercipta struktur ekonomi yang kuat, persaingan yang sehat, lingkungan sosial ekonomi yang harmonis dan kesejahteraan seluruh masyarakat yang tinggi. Untuk terwujudnya keinginan pemerintah tersebut, pemerintah harus mempunyai desain perencanaan besar perdagangan, menyediakan regulasi, sistem dan fasilitas/sarana untuk mendorong konsumen dan produsen/penjual mampu bertindak secara efisien, berinteraksi secara fair dan mudah dievaluasi. Hal ini hanya dapat dilakukan bila paradigma kriteria keberhasilan pemerintah dalam perdagangan diukur dari keberhasilannya dalam mewujudkan kepuasan yang seimbang bagi produsen/penjual, konsumen dan masyarakat luas.

Kepentingan Simetris Konsumen, Produsen dan Pemerintah



Dengan demikian akan terdapat tiga bentuk hubungan kepentingan yang masing-masing akan saling bertemu secara simetris. Pertama, hubungan kepentingan antara konsumen dengan produsen/penjual. Kepentingan konsumen terhadap produk berupa harapan mendapatkan produk dengan kualitas bagus, harga yang relatif murah, serta mampu memberikan kepuasan maksimum akan ketemu dengan kepentingan produsen/penjual untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari transaksi produk yang dilakukannya, karena untuk mendapatkan keuntungan besar produsen/penjual harus menyediakan produk murah, bermanfaat besar dan berkualitas tinggi. Kedua, hubungan simetris kepentingan antara konsumen dengan pemerintah. Kepentingan konsumen terhadap produk berupa harapan mendapatkan produk dengan kualitas bagus, harga yang relatif murah, serta mampu memberikan kepuasan maksimum akan ketemu dengan kepentingan pemerintah untuk mewujudkan kepuasan konsumen melalui kebijakan-kebijakan yang dibuatnya. Kepuasan yang didapat konsumen dari hasil kebijakan pemerintah akan menambah kepercayaan masyarakat pada pemerintah beserta program-programnya. Ketiga, hubungan simetris kepentingan antara produsen/penjual dengan pemerintah. Kepentingan produsen/penjual untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari transaksi produk yang dilakukannya akan ketemu dengan kepentingan pemerintah untuk mewujudkan kepuasan produsen/penjual melalui kebijakan-kebijakan yang dibuatnya. Keberhasilan produsen/penjual di sektor riil dan keuangan akan sangat meningkatkan ketahanan ekonomi dan kesejahteraan

masyarakat, dan itulah yang diinginkan pemerintah.

Ketika paradigma dan pola hubungan tersebut dapat dipahami dan masing-masing pihak mampu memerankannya dengan baik, serta tidak menggunakan *self interest* sebagai landasan utama, maka berbagai permasalahan perdagangan seperti mahalnya harga-harga kebutuhan pokok, monopoli harga, kelangkaan produk, beredarnya produk yang merusak dan tidak berkualitas, ketidaksesuaian antara iklan dan produknya, produk palsu, tata niaga yang tidak adil dan penuh kolusi, impor produk-produk berbahaya, penyelundupan barang, penimbunan, ihtikar dan lain-lain dengan sendirinya akan dapat diminimalkan. Semua pihak yang terlibat selalu mengedepankan moral positif dalam setiap perilakunya. Apabila semua pihak lebih memusatkan diri pada manusia daripada keuntungan, maka keuntungan akan datang lebih banyak daripada yang diperkirakan sebelumnya.<sup>4</sup> Produsen/penjual, konsumen serta birokrat yang bertindak tidak sesuai irama paradigma baru ini pelan-pelan akan ditinggalkan atau terseleksi alamiah dan tidak akan bisa mempertahankan eksistensinya. Terwujudnya kondisi seperti itu akan menjamin adanya iklim yang kondusif dan efisien dalam perdagangan bagi semua pihak yang mengarah pada kesejahteraan bersama.

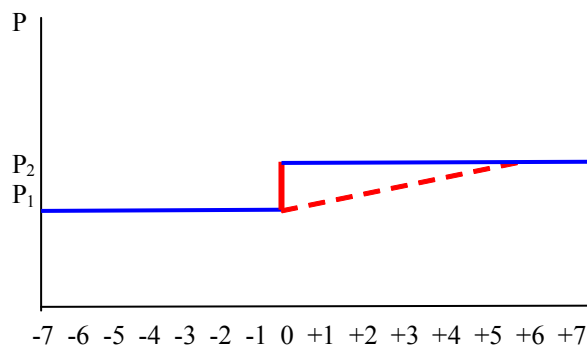
#### **D. Keseimbangan Informasi antar Pelaku Ekonomi**

Sering sekali muncul masalah dalam perdagangan karena pada awalnya terjadi *assymetric information* antara produsen/penjual dan konsumen menyangkut harga dan produk yang diperjualbelikan. Berkenaan dengan harga, adanya *assymetric information* dimungkinkan akibat konsumen lemah dalam menguasai informasi harga, maka akan menyebabkan harga yang dibayar oleh konsumen akan cenderung *over price*. Sebaliknya, kemungkinan kedua ketika konsumen lebih menguasai informasi, maka harga yang diterima produsen atau penjual cenderung *under price*. Kedua kondisi tersebut sama-sama tidak menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena mempunyai akibat sama, yaitu in-efisiensi bagi masing-masing pihak dan bagi makro ekonomi.

Untuk menjelaskan hal tersebut bisa digunakan analisis efisiensi pasar dengan pendekatan *event study* yang digambarkan dalam analisis grafis di

bawah. Sumbu horisontal pada gambar di atas menunjukkan periode waktu. Periode waktu -7 hingga -1 menunjukkan periode sebelum muncul informasi adanya penyesuaian harga produk. Periode waktu ke-0 adalah periode saat munculnya informasi perubahan harga produk. Kemudian, periode +1 hingga +7 menunjukkan periode setelah munculnya informasi penyesuaian harga produk. Harga produk mula-mula, yaitu sebelum terdengarnya berita adanya penyesuaian harga produk sebesar  $P_1$ , kemudian ketika muncul berita tentang kenaikan harga pada periode waktu ke-0, penjual dengan cepat pada saat yang sama melakukan penyesuaian harga (harga jual produk dinaikkan), sehingga sekarang posisi harga menjadi sebesar  $P_2$ . Kondisi pasar yang dicerminkan pada periode ke-0 tersebut (lihat kurva dengan garis tebal horisontal) menunjukkan pasar yang efisien secara informasi, karena dalam waktu yang singkat informasi penyesuaian harga segera tersebar dan dengan cepat direspon pasar, yang dalam hal ini ditunjukkan oleh adanya koreksi harga jual produk. Dari kaca mata produsen/penjual adanya informasi kenaikan harga pasar yang dapat diakses dan diproses dengan cepat akan dapat digunakan sebagai dasar penyesuaian harga (kenaikan harga) sehingga tidak mengalami kerugian akibat keterlambatan penyesuaian harga pada saat transaksi.

Gambar 1  
Efisiensi Pasar dan *Assymmetric Information* dari  
Sudut Pandang Produsen/Penjual



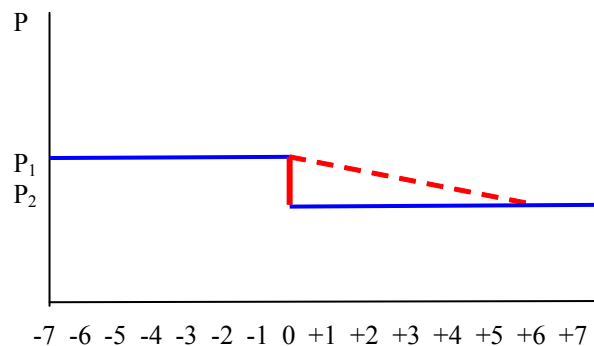
Sementara itu, pasar dalam kondisi tidak efisien ditunjukkan oleh kurva garis terputus-putus. Kurva tersebut menunjukkan bahwa respon pasar

nampak lambat dalam melakukan koreksi harga (koreksi harga sesuai yang seharusnya baru terjadi pada 6 periode waktu setelah adanya berita penyesuaian harga). Hal tersebut karena lambatnya informasi sampai ke produsen/penjual/pasar, atau lambatnya produsen/penjual memproses informasi tersebut menjadi sebuah keputusan koreksi harga. Dalam kondisi seperti itu apabila konsumen lebih cepat mengakses dan memproses informasi adanya kenaikan harga tersebut daripada produsen/penjual, maka terjadi ketidakseimbangan informasi. Dalam posisi seperti itu maka konsumen akan dapat meraup keuntungan besar dengan memanfaatkan ketidaktahuan/keterlambatan produsen/penjual terhadap informasi perubahan harga. Sebaliknya produsen/penjual dalam posisi dirugikan dalam kasus ini, karena melepas produknya pada level harga yang lebih rendah dari yang seharusnya. Semakin lama informasi penyesuaian harga dikuasai produsen/penjual semakin besar nilai kerugian yang dideritanya. Kerugian yang menimpa satu produsen/penjual tidak seberapa besar implikasinya pada efisiensi makro, akan sangat parah apabila kerugian dialami dan diperhitungkan secara agregat, yaitu yang melibatkan kerugian dari banyak produsen/penjual. Kerugian akan menyebabkan berkurangnya modal produsen/penjual. Kemungkinan terjadinya penurunan keuntungan dan banyaknya modal produsen/penjual yang tergerus dapat berakibat makin menurunnya daya tahan sektor riil. Kerugian besar ini akan memiliki implikasi serius bagi ekonomi makro suatu negara. Apalagi bila sektor riil banyak memanfaatkan pendanaan dari lembaga keuangan, maka penurunan daya tahan sektor riil tersebut akan merembet ke sektor keuangan. Sektor keuangan akan bermasalah karena akan banyak dana yang dilempar ke sektor riil menjadi tersendat pengembaliannya, atau bahkan sangat mungkin terjadi kemacetan.

Sementara itu, dari kacamata konsumen adanya informasi penurunan harga pasar yang dapat diakses dan diproses dengan cepat akan dapat digunakannya sebagai dasar penyesuaian harga (penurunan harga) sehingga tidak mengalami kerugian akibat keterlambatan penyesuaian harga pada saat transaksi. Penyesuaian harga yang dilakukan konsumen dari  $P_1$  ke  $P_2$  yang ditunjukkan oleh garis tebal vertikal menunjukkan kondisi pasar efisien, karena penyesuaian harga langsung dilakukan ketika ada informasi penurunan harga produk, yaitu pada periode ke-0. Artinya mulai pada periode ke-0 tersebut konsumen tidak harus membayar produk yang dikonsumsinya

dengan harga tinggi. Namun, bila konsumen dalam posisi lemah informasi, maka meskipun pada periode ke-0 telah terjadi perubahan harga, konsumen tetap saja harus membayar produk yang dikonsumsinya dengan harga mahal, dan butuh waktu lama untuk mengetahui dan melakukan penyesuaian harga (penurunan harga beli). Hal itu ditunjukkan oleh garis putus-putus, yang sekaligus menunjukkan adanya ketidakseimbangan informasi, yang berarti pasar tidak efisien. Di sini, produsen/penjual lebih menguasai informasi daripada konsumen, sehingga memungkinkannya meraup keuntungan besar dari ketidaktahuan konsumen tentang harga. Sebaliknya konsumen akan merasa dirugikan karena harus mengeluarkan uang lebih banyak untuk mendapatkan produk yang dibutuhkannya. Hal ini secara agregat selain akan memicu kenaikan inflasi, juga akan menurunkan tingkat kesejahteraan konsumen, terutama bagi konsumen yang memiliki pendapatan tetap. Daya beli konsumen akan menurun karena pendapatan riilnya berkurang meskipun pendapatan nominalnya tetap akibat inflasi.

Gambar 2  
Efisiensi Pasar dan *Assymetric Information* dari  
Sudut Pandang Konsumen/Pembeli



Selanjutnya, berkenaan dengan produk yang ditransaksikan, adanya *assymetric information* akibat konsumen tidak tahu persis kondisi dan kualitas produk yang ditransaksikan, maka akan mendapatkan produk dengan kualitas rendah yang tidak sebanding dengan harga yang harus dibayarnya kepada penjual. Permasalahan yang muncul di atas nampaknya sederhana dan tidak terlalu esensial bagi kegiatan perekonomian. Kebanyakan masyarakatpun mungkin menganggap hal itu biasa saja karena memang lazim

dipraktikan hampir di setiap transaksi. Padahal masalah-masalah di atas sebenarnya memiliki implikasi yang jauh dan serius bagi kehidupan masyarakat. In-efisiensi yang muncul dari semua ilustrasi di atas sangat tidak menguntungkan bagi pelaku usaha itu sendiri dan juga bagi makro ekonomi, karena realitas perdagangan seperti itu akan menyebabkan distorsi pasar dan ekonomi biaya tinggi yang tidak diikuti dengan peningkatan kualitas produk/output. Kondisi seperti ini juga akan memicu kenaikan inflasi yang ujung-ujungnya akan sangat mengganggu kinerja perekonomian dan terhambatnya upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat luas.

Bagaimana Islam melihat permasalahan seperti ini? Islam tidak membenarkan adanya perdagangan yang dipenuhi dengan ketidakridhaan yang berawal dari tidak adanya transparansi informasi harga dan kualitas produk diantara para pelaku transaksi. Sebagaimana dinyatakan dalam QS. An-Nisa 29, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” Di balik tidak diperkenalkannya perdagangan seperti itu kita semua sudah mengetahui implikasi negatifnya sebagaimana dijelaskan di atas, baik bagi individu maupun masyarakat banyak.

Kemudian, hadist Rasulullah tentang pelarangan mencegat barang dagangan sebelum tiba di pasar, sebenarnya menurut penulis esensinya adalah pada masalah transparansi harga dan kualitas produk yang ditransaksikan. Dengan membiarkan barang/produk masuk ke pasar berarti penjual akan tahu perkembangan harga barang-barang yang sejenis dengan barang dagangannya dengan kualitas tertentu, sehingga penjual tidak dirugikan ketika harga pasar ternyata tinggi. Dengan kata lain, dengan masuknya penjual ke pasar akan terjadi keseimbangan informasi, produsen/penjual tidak dalam posisi lemah informasi. Dalam zaman seperti sekarang mungkin tidak seekstrim itu, artinya transaksi tetap saja dapat dilakukan di luar pasar asal terdapat keseimbangan informasi, yaitu produsen/penjual harus tahu perkembangan harga pasar yang bisa saja diakses melalui media massa cetak maupun elektronik. Dengan demikian terjemahan konkrit atas ayat dan hadis di atas, untuk mewujudkan perdagangan yang menguntungkan semua pihak,



seharusnya senantiasa dijamin tersedianya informasi produk dan harganya secara akurat dan cepat terdistribusi ke semua pelaku perdagangan.

Tidak ada manusia yang dikatakan bahagia jika ia terlempar ke luar dari kebenaran. Pasar sering diidentikkan dengan tempat yang di dalamnya manusia bisa saling menipu. Di pasar banyak kebenaran yang bisa dengan mudah dikalahkan oleh hasrat manusia. Ada dua cara manusia terlempar dari kebenaran, pertama ia dibohongi, dan yang kedua dia melakukan kebohongan. Untuk mencegah hal yang demikian, maka pemerintah dalam hal ini sebagai pengatur perdagangan harusnya membangun sistem yang menjamin minimalisasi *assymetric information* kapanpun dan dimanapun yang intinya memuat publikasi harga-harga produk secara *real time*, akurat, murah, dan informatif. Dengan demikian semua pihak akan terbantu terhindar dari kebohongan atau ketidakakuratan informasi.

## E. Keseimbangan Antar Sektor

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Meskipun demikian, sektor ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Sistem ekonomi Islam memang lebih mengutamakan sektor riil dibandingkan dengan sektor moneter, dan transaksi jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud. Dalam sistem ekonomi yang mengutamakan sektor riil seperti ini, pertumbuhan bukanlah merupakan ukuran utama dalam melihat perkembangan ekonomi yang terjadi, tetapi pada aspek pemerataan, dan ini memang lebih dimungkinkan dengan pengembangan ekonomi sektor riil.<sup>5</sup>

Keseimbangan antara sektor riil dan sektor keuangan yang menjamin terwujudnya kemaslahatan optimal dengan meminjam persamaan teori kuantitas uang Irving Fisher (1867-1947M) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$M.V = P.T$$

dimana M (*Money*) adalah jumlah uang beredar, V (*Velocity*) adalah kecepatan uang beredar, P (*Price*) adalah tingkat harga produk dan T (*Trade*) adalah nilai produk yang diperdagangkan. Diasumsikan misalnya perdagangan mata uang dilakukan masyarakat, merebaknya penggunaan uang giral, makin banyaknya fasilitas yang dapat dibayar dengan *credit card*, membanjirnya pembiayaan konsumtif, serta meningkatnya perdagangan *option*, maka jumlah uang beredar (M) akan meningkat, dan kecepatan peredaran uang akan meningkat (V akan membesar). Sementara T tidak mengalami perubahan atau bahkan mengalami penurunan akibat semakin sedikitnya uang yang berputar pada sektor riil, dan orang menjadi semakin malas bekerja pada sektor riil sehingga jumlah produk berkurang. Orang semakin malas beraktifitas di sektor riil karena sektor ini menjadi tidak menarik dari sisi besarnya pendapatan yang didapat dan kecepatan memperoleh pendapatan/keuntungan. Usaha di sektor riil perlu proses yang lebih panjang dan memerlukan biaya/tenaga yang lebih besar mulai dari produksi/pengadaan input hingga didapatkannya pendapatan/keuntungan. Sementara usaha di sektor keuangan lebih cepat prosesnya dan tidak memerlukan biaya/tenaga ekstra untuk sampai didapatkan pendapatan/keuntungan. Dalam keadaan seperti itu, maka dalam persamaan di atas agar sisi kanan sama dengan sisi kiri, adanya kenaikan M dan V di satu sisi, serta T yang tetap atau bahkan menurun di sisi lain, secara otomatis akan menaikkan harga produk di pasar (P). Hal tersebut menunjukkan terdapat ketidakseimbangan antara sektor riil dan sektor keuangan. Sektor keuangan yang sedemikian menggelembung tidak terkejar oleh sektor riil, sehingga gelembung besar sektor keuangan ini akan mudah pecah yang akan berakibat porak porandanya perekonomian. Dengan kata lain, konsekuensi naiknya aktifitas perdagangan uang yang berarti mempercepat peredaran uang tersebut akan mengakibatkan harga-harga produk di pasar semakin mahal, yang berarti terjadi peningkatan inflasi yang terus menerus.

Harga-harga produk yang tinggi dan tidak diikuti kenaikan pendapatan masyarakat, maka kemampuan daya beli masyarakat akan turun, yang berarti tingkat kesejahteraan masyarakat juga menurun. Daya beli masyarakat yang turun akan menyebabkan permintaan produk pada skala nasional juga akan turun. Dari kacamata produsen di sektor riil keadaan seperti itu akan menyebabkan penurunan volume penjualan, sekaligus jumlah pendapatan/

keuntungan, dan ada kemungkinan untuk menurunkan jumlah produksi dalam rangka untuk dapat mempertahankan harga jual produknya. Sektor riil akan menjadi semakin lesu, volume perdagangan sektor riil tidak sehebat volume perdagangan sektor keuangan. Kalaupun volume perdagangan sektor riil meningkat justru makin makin banyak disumbang oleh peningkatan produk-produk sekunder/mewah dan bukan produk *basic need* manusia. Kondisi seperti inilah yang sekarang ini terjadi di hampir semua negara termasuk Indonesia, di mana jumlah uang yang masuk ke sektor riil jauh lebih kecil dibandingkan dengan jumlah uang yang ditransaksikan di pasar uang. Bahkan dalam perkembangan pasar uang dunia sekarang ini, sebagian besar uang dipergunakan untuk memperdagangkan uang itu sendiri. Hanya 5 persen dari transaksi di pasar uang yang berkaitan langsung dengan transaksi di pasar barang dan jasa.<sup>6</sup> Bahkan volume transaksi pasar barang dan jasa hanya 1,5 persen dibandingkan dengan perputaran (*turnover*) transaksi di pasar uang. Ketidakseimbangan antara sektor keuangan dan sektor riil seperti itulah yang berkontribusi memunculkan berbagai masalah ekonomi dunia sekarang ini, yang terus berlangsung tiada kunjung berhenti.

## F. Kesimpulan

Perdagangan merupakan aktifitas vital dalam sejarah kehidupan manusia apalagi dalam era modern seperti sekarang ini. Sejumlah masalah besar sering wujud dalam perdagangan, misalnya menyangkut manfaat produk yang ditransaksikan, bentuk pasar yang tidak memungkinkan banyak pelaku bisnis masuk dalam suatu sektor tertentu, seringnya terjadi *assymetric information* antara penjual dan pembeli terkait dengan harga dan produk yang diperjualbelikan, dan adanya ketidakseimbangan antara sektor riil dan sektor keuangan. Semua masalah tersebut tidak lepas dari konsep ekonomi konvensional yang sedemikian yakin bahwa kekuatan-kekuatan pasarlah yang akan menciptakan “tatanan” dan “keharmonisan”, dan setiap upaya dari pihak pemerintah untuk intervensi dalam pasar yang mampu melakukan penyesuaian sendiri hanya akan menimbulkan distorsi dan in-efisiensi. Kemudian, adanya konsep simetris antara kepentingan privat dan publik yang akan mampu mewujudkan suatu tatanan perdagangan yang baik dan *fair*, serta konsep *self interest* yang digunakan sebagai landasan semua aktifitas

manusia, termasuk produsen/penjual dan konsumen. Konsep di atas terbukti telah menimbulkan distorsi pasar serta in-efisiensi dalam lingkup mikro maupun makro.

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Sektor ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Penulis, dengan mendasarkan diri pada realitas masalah yang ada di lapangan serta eksplorasi nilai-nilai Islam dalam bermuamalah, khususnya dalam wilayah perdagangan, merekomendasikan solusi mengatasi sejumlah permasalahan perdagangan yang wujud di lapangan. Rekomendasi pertama, konsep simetris antara kepentingan privat dan publik yang akan mampu mewujudkan suatu tatanan perdagangan yang baik dan *fair* harus dirubah menjadi simetris antara kepentingan pihak konsumen, pihak produsen/penjual dan pihak pemerintah. Kedua, pemerintah dalam hal ini sebagai pengatur perdagangan harus membangun sistem yang mampu menjamin minimalisasi *assymetric information* kapanpun dan dimanapun yang intinya memuat publikasi harga-harga produk secara *real time*, akurat, murah, dan informatif yang memungkinkan semua pihak terbantu terhindar dari kebohongan atau ketidakakuratan informasi. Ketiga, untuk menjamin kestabilan dan ketahanan ekonomi, maka pembangunan sektor keuangan harus berbasis pada perkembangan yang terjadi di sektor riil, yang didalamnya didominasi oleh sektor perdagangan.

## Daftar Pustaka

- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro*, IIIT, 2002
- Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang (Muhammad as A Trader)*, Yayasan Swarna Bhumi, Cetakan II, 1997.
- Benny Tabalujan, *Culture and Ethics in Asian Business*, The Melbourne Review, Vol 4 Number 1, May 2008.
- David N. Smith, *The Way We Think: Ethics, Health and The Environment in International Business*, AJWH, Vol.5:25. <http://www.ssrn.com>.
- Donald A. Ball, *International Business, The Challenge of Global Competition*,

- 11/e, McGraw-Hill/Irwin, 2008.
- Ibrahim Warde, *Islamic Finance in the Global Economy*, Edinburgh University Press, 2001.
- John H. Dunning, *Making Globalization Good, The Moral Challenges of Global Capitalism*, Oxford University Press, 2003.
- Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, Pustaka Promothea, 2000.
- M. Fahim Khan, "Macro Consumption Function in an Islamic Framework," *Journal of Research in Islamic Economics (JRIE)*, Vol. 1, No. 2, Winter 1404/1984, pp. 1-24.
- Masyhuri,dkk, *Sistem Perdagangan Dalam Islam*, Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E - LIPI), 2003.
- Monzer Kahf, *Allocation of Output to Factors of Productions and The Implicit Islamic Concept of Market Justice*, IRTI of Jeddah and The University of Kansas, 2002.
- , *Demand Side or Consumer Behavior: Islamic Perspective*.
- , *Supply Side or Producer Behavior : Islamic Perspective*.
- Muhammad Imaduddin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Pesantren Virtual.com, tanggal akses Senin, 17 Desember 2007.
- Muhammad Sharif Chaudhry, *Fundamentals of Islamic Economic System*, First Edition, Burhan Education and Welfare Trust, Lahore, Pakistan, 1999.
- M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Gema Insani Press, Cetakan Pertama, 2000.
- , *Masa Depan Ilmu Ekonomi Sebuah Tinjauan Islam*, Gema Insani Press, Cetakan Pertama, 2001.
- M. Zuhdi, *Pandangan Islam Terhadap Liberalisasi Perdagangan*, Kalam Hikmah Pengembara Ilmu, Agustus 10, 2007.
- Rania Ahmed Azmi, *Business Ethics as Competitive Advantage for Companies In the Globalization Era*, 2006. <http://www.ssrn.com>.
- Richard W. Painter, *Ethics and Corruption in Business and Government: Lessons from the South Sea Bubble and the Bank of the United States*, Law School Legal Studies Research Paper Series, Research Paper No. 06-32, University of Minnesota, 2006.
- Robert W. McGee, *The Ethics of Tax Evasion and Protectionism from An Islamic Perspective*, Commentaries on Law & Public Policy: 1:250-262, 1997.

Tom Morris, *Sang CEO Bernama Aristoteles, Sukses Berbisnis dengan Kearifan Filosofis*, Cetakan Pertama, Mizan, 2003.

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, 1997.

### **Catatan Akhir**

<sup>1</sup> Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (UNNES).

<sup>2</sup> Lihat M. Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi Sebuah Tinjauan Islam*, Gema Insani Press, Cetakan Pertama, 2001, h 22

<sup>3</sup> Lihat M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Gema Insani Press, Cetakan Pertama, 2000, h 33.

<sup>4</sup> Lihat Tom Morris, *Sang CEO Bernama Aristoteles, Sukses Berbisnis dengan Kearifan Filosofis*, Cetakan Pertama, Mizan, 2003, h 209.

<sup>5</sup> Masyhuri,dkk, *Sistem Perdagangan Dalam Islam*, opcit.

<sup>6</sup> Muhammad Taqi Usmani, *Judgement on Rib*, dalam Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro*, IIIT, 2002 hal 15.