



ANALISIS DISTORSI PASAR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Endis Sopiandi¹, Didin Hafiduddin², Hendri Tanjung³

^{1 2 3} Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

ABSTRACT

This research goals to descibe market distortion based on Islamic. This reseach uses qualitatif approach. This research found there are several market distortions such as ba'i najasi, tadlis, taghrir, risywah, monopoli, and price intervention.

Keyword: *market distortion*

I. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang sempurna, ajarannya meliputi semua aspek kehidupan manusia, tujuannya adalah untuk membimbing manusia pada jalan yang benar, menuju keselamatan dan mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Agama Islam selain mengajarkan manusia untuk beribadah kepada Allah SWT, juga mengajarkan manusia untuk berinteraksi antar sesama manusia, bahkan mengajarkan pula agar dapat mencari penghidupan yang dapat memberikan manfaat baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain dan lingkungannya. Agama Islam juga menganjurkan manusia agar dapat mengembangkan potensi dirinya melalui berbagai aktivitas dengan kerangka kerja yang luas, berekonomi atau berbisnis yang bersih dan adil, sehingga akan terbentuk pola kehidupan yang seimbang.

Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga didasarkan atas kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan (*supply*) dan kekuatan penawaran (*demand*). Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela (*'an-taradin*), tidak ada pihak yang merasa tertipu atau adanya kekeliruan obyek transaksi dalam melakukan jual beli barang tertentu pada tingkat harga tertentu. Bahkan Rasulullah SAW. sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil, sehingga beliau menolak adanya suatu intervensi pasar apabila perubahan harga yang terjadi karena mekanisme harga yang wajar. Dengan demikian, Islam menjamin pasar bebas di mana produsen dan konsumen bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan

lancar dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada (baik individu maupun kelompok produsen, konsumen, dan pemerintah) yang zalim atau dizalimi.

Dalam konsep ekonomi Islam bahwa pasar akan dapat berperan aktif dalam kehidupan ekonomi apabila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, dan pasar tidak mengharapkan adanya gangguan dari pihak manapun termasuk negara dalam hal intervensi harga dan lainnya. Pasar yang efektif akan tercapai apabila seluruh pelaku pasar lainnya memperoleh akses dan kecepatan yang sama atas keseluruhan informasi yang tersedia. Itulah pola normal dari sebuah pasar yang ideal, dalam istilah Imam Al Ghazali berkait dengan ilustrasi dari evolusi pasar.

Selanjutnya Adam Smith menyatakan serahkan saja pada *invisible hand* dan dunia akan teratur dengan sendirinya. Prinsip *invisible hand* yaitu, dimana pasar cenderung akan mengarahkan setiap individu untuk mengejar dan mengerjakan yang terbaik untuk kepentingannya sendiri, yang pada akhirnya juga akan menghasilkan yang terbaik untuk seluruh individu.

Hal di atas merupakan situasi dan kondisi pasar ideal yang dikehendaki dalam ajaran Islam. Namun, dalam tataran praktis, kondisi pasar biasanya tidak seperti itu, pasar sering kali terjadi gangguan atau disebut sebagai distorsi (*market distortion*) yang menyebabkan pasar tidak bekerja pada kondisi yang ideal. Distorsi ini sangat besar pengaruhnya terhadap eksistensi harga yang adil yang bisa diperoleh para konsumen atau pengguna jasa.

Pasar memiliki peran yang cukup signifikan dalam menggerakkan roda perekonomian. Perputaran barang dan jasa, serta fluktuasi harga yang terdapat di dalamnya dapat mencerminkan aktivitas ekonomi yang sedang berjalan, oleh karenanya pasar menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan dan kestabilan ekonomi ummat Islam. Namun, pasar dalam pandangan Islam tidak boleh lepas dari norma-norma dan aturan syariat Islam, karena keberadaannya sebagai implementasi dari jiwa-jiwa seorang muslim.

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Sedangkan jual beli itu sendiri merupakan salah satu aktifitas perekonomian yang dibenarkan dalam Islam. Karena dalam jual beli terdapat manfaat yang sangat besar bagi produsen (penjual) dan konsumen (pembeli), bahkan bagi semua orang yang melibatkan diri dalam aktivitas perdagangan tersebut, dengan catatan aktivitas perdagangannya yang mabrur, yaitu perdangan yang di dalamnya terdapat kejujuran, lurus, benar, tidak menipu dan tidak mendurhakai Allah SWT.

Di dalam Al Qur'an surat al-Baqarah ayat 275 ditegaskan bahwa Allah SWT menghalalkan jual beli (berdagang) dan mengharamkan riba. Ayat al-Qur'an di atas mengisyaratkan keutamaan aktivitas jual beli dan mengharamkan riba. Allah SWT menghalalkan sistem perdagangan supaya manusia saling mengisi kebutuhannya satu sama lainnya. Adapun riba, tidak memberikan manfaat dalam sistem perekonomian, sebab riba dapat merugikan pihak lain, dan menghancurkan produktivitas

perdagangan dan usaha-usaha produktif lainnya.

Konsep pasar dalam ekonomi Islam adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual (produsen) dengan pembeli (konsumen) untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, serta proses penentuan harga. Adapun penentuan harga itu sendiri dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan (*demand*) dan kekuatan penawaran (*supply*). Sedangkan pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi secara ridha sama ridha, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

Dengan demikian, konsep pasar dalam Islam harus dibangun pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

Pertama, Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar suka sama suka atau kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan Qur'an surat an-Nisaa ayat 29

Kedua, kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nilai kebenaran. Islam melarang tegas melakukan kebohongan, kecurangan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, kebohongan akan berdampak langsung kepada pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Allah SWT menjelaskan di dalam al-Qur'an surat al-An'aam ayat 152

Ketiga keadilan (*justice*), prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku adil, baik dalam harga, pelayanan dan keputusan. Tidak melakukan kecurangan, suap menyuap (*risywah*) atau penjualan ilegal, pasar

gelap (black market). Allah SWT telah menjelaskan di dalam al-Qur'an surat an-Nisaa ayat 135.

Keempat, keterbukaan (transparency), penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi tidak boleh ada sesuatu yang terselubung atau ketidakjelasan (tadlis, taghrir atau risywah) baik secara kualitas maupun kuantitas barang yang akan dijualnya

Kelima, berdasarkan persaingan sehat (fair competition). Mekanisme pasar akan terhambat bekerjanya jika terjadi penimbunan (ihtikar) dan monopolistis. Monopolis diartikan sebagai satu-satunya penjual yang mengendalikan pasar dan harga, sehingga pasar tidak berjalan secara efisien, karena tidak adanya persaingan yang sehat dan kerjasama yang baik. Padahal ajaran Islam memerintahkan agar setiap muslim harus dapat membangun kerjasama yang baik, sehingga dapat membarikan manfaat baik untuk dirinya maupun orang lain, bahkan diperintahkan pula untuk berlomba-lomba dalam kebaikan (persaingan secara sehat), bukan permusuhan atau persaingan secara tidak sehat. Sebagaimana dijelaskan di dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 148.

Distorsi pasar mengakibatkan kezaliman yang sangat luar biasa kepada masyarakat. Masyarakat akan merasa berat bahkan tidak mampu membeli dengan harga yang melambung tinggi (tidak adil), sekalipun mereka membeli, biasanya dengan keterpaksaan karena sangat membutuhkan barang atau karena ketidaktahuan harga pasar yang sebenarnya. Dengan demikian mereka telah menjadi korban dari keganasan pasar. Distorsi pasar inilah sebagai awal

kekacauan serta munculnya masalah-masalah dalam ekonomi dan kemanusiaan.

Penelitian ini membatasi bahasan pada: (a) konsep pasar dalam perspektif Ekonomi Islam, dan (b) Cara penerapan praktek program distorsi pasar (market distortion) dalam perspektif Ekonomi Islam.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research* atau studi pustaka melalui literatur yang kredibel tentang permasalahan-permasalahan yang terkait dengan pasar dan distorsinya dalam sudut pandang ekonomi Islam.

Metode analisis data yang akan digunakan adalah analisis kualitatif, yakni hasil analisis dideskripsikan, sehingga akan nampak jelas, apa yang dimaksud dengan pasar menurut para pemikir Islam, struktur pasar dan penyimpangan atau gangguan pasar (*market distortion*) dalam sudut pandang ekonomi Islam.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Pasar Menurut Para Pemikir Islam

Tidak sedikit para pemikir Muslim yang berbicara tentang proses pembentukan pasar serta mekanisme penentuan harga yang adil sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, seperti diantaranya

Abu Yusuf adalah seorang fukaha yang hidup pada zaman khalifah Harun Ar Rasyid tahun 731 - 789 H. Ia orang pertama yang secara eksklusif menekuni masalah tentang kebijakan ekonomi, diantaranya adalah ia memperhatikan

peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan barang (supply) dan harga. Pandangan masyarakat pada saat itu tentang hubungan antara harga dan kuantitas hanya memperhatikan faktor permintaan saja dimana pada saat barang yang tersedia sedikit maka harga barang tersebut akan menjadi mahal dan sebaliknya, bila barang yang tersedia banyak maka harga barang tersebut akan menjadi turun atau murah. Menurut Abu Yusuf, pada kenyataannya harga tidak bergantung kepada permintaan saja tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh karena itu, peningkatan-penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan-penurunan permintaan atau pun penurunan-peningkatan dalam produksi. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang dapat mempengaruhinya, tetapi ia sendiri tidak menjelaskan lebih rinci tentang variabel itu.

Abdul Hamid Al-Ghazali (1058-1111) dalam kitabnya *Ihya' 'Ulumuddin* menjelaskan evolusi terciptanya sebuah pasar. pasar merupakan tempat untuk menampung hasil produksi untuk tukar menukar barang (barter) atau untuk dijual kepada yang membutuhkan. Al Ghazali menyadari kesulitan sistem barter, perlunya spesialisasi dan pembagian kerja menurut regional dan sumber daya setempat. Ia juga menyadari pentingnya perdagangan untuk memberikan nilai tambah dengan menyediakannya waktu dan tempat. Kemudian untuk memudahkan tukar-menukar dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka terciptalah pasar itu.

Al Ghazali juga menuliskan “Jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah” 17) Ini menunjukkan bahwa Al Ghazali memberikan dasar pemikiran adanya faktor permintaan yang mempengaruhi terhadap harga selain faktor produksi. Al-Ghozali juga memahami konsep elastisitas permintaan dalam tulisannya: “Mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.”

Ibnu Taimiyah (1263-1328) telah menyatakan 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 bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut menunjukkan sifat pasar yang impersonal. Dibedakan pula dua faktor penyebab penawaran dan permintaan, yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjual, misalnya penimbunan.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi penawaran dan permintaan antara lain adalah intensitas dan besarnya permintaan, kelangkaan atau melimpahnya barang, kondisi kepercayaan, serta diskonto dari pembayaran tunai. Permintaan terhadap barang sering kali berubah-ubah. Perubahan tersebut bergantung pada

jumlah penawaran, jumlah orang yang menginginkannya, lemah-kuatnya dan besar-kecilnya kebutuhan terhadap barang tersebut. Bila penafsiran ini benar, Ibnu Taimiyah telah mengasosiasikan harga tinggi dengan intensitas kebutuhan sebagaimana kepentingan relatif barang terhadap total kebutuhan pembeli. Bila kebutuhan kuat dan besar, harga akan naik. Demikian pula sebaliknya, harga juga di pengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap orang-orang yang terlibat dalam transaksi. Bila seseorang cukup mampu dan terpercaya dalam membayar kredit, penjual akan senang melakukan transaksi dengan orang tersebut. Namun, apabila kredibilitas seseorang dalam masalah kredit telah diragukan, penjual akan ragu untuk melakukan transaksi dengan orang tersebut dan cenderung memasang harga tinggi. Demikian juga dengan melakukan kontrak.

Ibnu Khaldun (1332-1404) menjelaskan mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan. Setelah itu, ia juga menjelaskan pengaruh meningkatnya biaya produksi karena pajak dan pungutan-pungutan lain di kota tersebut, pada sisi penawaran. Selanjutnya, Ibnu Khaldun juga menjelaskan pengaruh naik dan turunnya penawaran terhadap harga.

Ibnu Khaldun menjelaskan secara lebih rinci, menurut ia keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, bila

pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen.

B. Pasar pada Zaman Rasulullah SAW

Sebelum Islam lahir bangsa Arab sudah dikenal sebagai bangsa yang peradaban ekonominya sudah maju dan sudah berkembang pesat dibandingkan dengan bangsa-bangsa lainnya di dunia. Bangsa Arab sudah berpengalaman selama tak kurang dari ratusan tahun dalam kegiatan berekonomi. Hal ini dapat dibuktikan dengan kota Makkah yang telah menjadi tempat atau pusat terjadinya perdagangan yang ramai dikunjungi oleh para saudagar dari berbagai wilayah seperti Mesir, Syam, Syiria, dan sebagainya. Selain merupakan pusat perdagangan antar wilayah, kota Makkah juga menjadi jalur perdagangan dunia yang menghubungkan antara Utara Syam, dan Selatan Yaman, antara Timur Persia, dan Barat Abesinia serta Mesir.

Sebelum diutus menjadi Rasul, nabi Muhammad SAW sudah memperlihatkan prraktek jual beli yang jujur, 'adil dan transparan, sehingga kehadiran nabi Muhammad SAW di pasar selalu ditunggu-tunggu oleh para pembeli (konsumen). Nabi Muhammad SAW sengaja ingin melakukan perubahan yang menyeluruh terhadap berbagai bentuk kecurangan dan penipuan yang biasa dilakukan para pedagang di pasar. Nabi Muhammad SAW juga ingin mereformasi secara total kehidupan manusia yang penuh dengan kedzaliman. Beliau memberikan petunjuk-petunjuk operasional dan teladan-teladan nyata dengan cara berdagang yang benar,

sehingga beliau sangat dikenal sebagai pedagang yang jujur dan terpercaya.

Di antara pasar yang cukup dikenal pada saat itu adalah Pasar Dumatul Jandal. Pasar ini biasanya mencapai puncak keramaiannya pada awal bulan Rabi'ul Awwal. Pada bulan ini para pedagang Arab berdatangan dari berbagai penjuru guna melakukan ekspedisi besar-besaran. Di sana dilakukan transaksi jual beli hasil pertanian dan peternakan, hasil kerajinan kulit yang disamak, kain yang dipintal, pakaian jadi dan lain-lain. Barang-banrang tersebut banyak didatangkan dari Yaman, Hirah dan pinggirannya Syam (Syiria). Selain itu ada pula pasar yang banyak dikunjungi para pedagang seperti Pasar Dzil Majaaz yang lokasinya berdekatan dengan Arafah, Pasar Majanah dekat Makkah, dan Pasar Ukaz dekat Thaif yang kerap menjadi ajang bertemunya para pujangga Arab.

Setelah diangkat menjadi Rasul, Nabi Muhammad SAW mulai berusaha untuk mengislamkan pasar dari segala bentuk praktek jual beli warisan jahiliyah. Sebagai langkah awal, nabi Muhammad SAW merencanakan untuk membangun sebuah pasar untuk kaum muslimin. Dalam mempersiapkan pasar tersebut, beliau pertama kali melihat terlebih dahulu pasar-pasar yang sudah ada pada saat itu, setelah beliau memperhatikan tidak ada pasar yang kondusif bagi kaum muslimin untuk melaksanakan perdagangan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam, maka beliau memutuskan untuk menyiapkan pasar bagi kaum muslimin, pasar pertama yang dibangun nabi Muhammad SAW inilah yang kemudian dalam sejarah dikenal sebagai Pasar Madinah.

C. Kebijakan Rasulullah SAW mengenai Pasar

Pada zaman Rasulullah Muhammad SAW, pasar (market) mendapat kedudukan yang penting. Rasulullah SAW sangat menghargai mekanisme harga yang terbentuk oleh pasar yang dipandang beliau sebagai harga yang adil dan menyuruh umatnya agar mematuhi harga pasar itu. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga pada saat tingkat harga ketika itu di Madinah tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak disertai dengan dorongan-dorongan monopolistik dan monopsonistik, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar.

Harga yang terbentuk di pasar merupakan sunnatullah, seseorang tidak dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi kekuatan Allah SWT. Pelanggaran terhadap harga pasar, dengan penetapan harga merupakan suatu ketidakadilan (zulm atau injustice) yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah SWT.

Pasar juga merupakan tempat yang harus dapat diakses bebas oleh semua orang tanpa ada pembagian (kapling tempat), tidak ada pajak, retribusi, atau bahkan uang sewa. Jadi, pasar, seperti halnya jalan raya, merupakan fasilitas sosial bagi kepentingan umum. Bahkan Rasulullah SAW menyebutkan "pasar mengikuti sunnah musholla" siapa dapat tempat lebih dulu ia berhak duduk menyelesaikan dagangannya hingga ia berdiri dan kembali pulang ke rumahnya.

Kebijakan lain mengenai pasar yang ditetapkan Rasulullah SAW adalah

membuat sejumlah aturan baik yang sifatnya perintah maupun larangan. Salah satu perintah yang sangat ditekankan Rasulullah SAW antara penjual dan pembeli harus selalu jujur dan terbuka (transparan) dalam menjalankan transaksinya. Hal ini dilakukan untuk mencegah bentuk-bentuk kecurangan dan penipuan. Selain itu dapat pula menciptakan rasa aman dan nyaman pada setiap pembeli.

Sebagai bentuk penegakkan prinsip transparansi tersebut, maka semua bentuk jual beli yang mengandung unsur penipuan dinyatakan haram dan terlarang. Bentuk jual beli yang banyak dilakukan pada saat itu seperti jual beli *Mulamazah*, *Munabadzah* dan *al Hashah*. Jual beli tersebut sudah terbiasa dilakukan orang-orang *Jahiliyah*. Rasulullah SAW telah menyampaikan dalam sabdanya: "Siapa yang menipu kami maka bukan dari golonganku."

Selain itu Rasulullah SAW juga memerintahkan transaksi jual beli dalam bentuk utang piutang harus dicatat atau ditulis. Ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan serta menjaga dan mengamankan hak orang yang terlibat utang piutang. Sebagaimana dijelaskan Allah SWT dalam *al-Qur'an*, surat *al-Baqarah* ayat 282.

D.Pasar pada Zaman Khulafaurrasyidin

Abu Bakar As Shiddiq adalah sahabat Rasulullah SAW yang pertama mendapat amanah untuk menjadi khalifah, beliaulah yang memiliki otoritas dalam mengendalikan pemerintahan, tetapi beliau tidak banyak membuat kebijakan baru mengenai pasar terutama tentang harga. Beliau lebih banyak mengurus tenaganya untuk menstabilkan pemerintahan yang dipimpinnya, karena

pada saat itu ada sekelompok umat Islam yang tidak mau lagi membayar zakat, sehingga beliau gencar mendakwahi mereka sedangkan yang menentang beliau diperanginya. Beliau membangun lagi *Baitul Maal* dan meneruskan sistem pendistribusian harta untuk rakyat sebagaimana pada masa Rasulullah SAW.

Abu Bakar As Shiddiq selain sebagai sahabat Rasulullah SAW yang tekun beribadah, beliau juga berprofesi sebagai pedagang, beliau menjalankan praktek dagangnya mengikuti syariah sebagaimana yang telah diajarkan Rasulullah SAW kepadanya.

Setelah Abu Bakar wafat, sahabat Rasulullah SAW yang mendapat amanah untuk meneruskan kekhalifaan adalah Umar bin Khattab. Selama pemerintahannya, Umar bin Khattab benar-benar mengembangkan perekonomian yang bersumber kepada *Al-Qur'an* dan *Hadits*. Hal ini dapat dilihat dari peringatan keras beliau terhadap segala bentuk dan praktek penimbunan barang-barang yang menjadi kebutuhan masyarakat. Beliau melarang kaum muslimin membeli barang sebanyak-banyaknya dengan tujuan untuk ditimbun. Beliau menerapkan kebijakan ekonomi seperti tentang kepemilikan harta, zakat kuda, karet dan madu, *'ushr* (pajak), dan menetapkan bobot mata uang dinar.

Selain itu, Umar bin Khattab juga memperkuat lembaga *Hisbah* yang telah dirintis oleh Rasulullah SAW. Lembaga ini dinahkodai langsung oleh Khalifah. Lembaga ini bertugas mengawasi penerapan syariat, dan melakukan amar makruf nahi munkar. Salah satu obyek pengawasannya adalah pasar. Petugas lembaga ini secara rutin mengontrol dan

mengawasi sistem jual beli yang berlangsung di pasar. Salah satu bentuk kecurangan yang masih banyak dilakukan saat itu di pasar adalah hal timbangan. Untuk membasmi trik kotor para pelaku pasar, segala upaya telah dilakukan, baik secara halus maupun peringatan keras, bahkan khalifah Umar bin Khatab juga terjun langsung untuk melakukan razia timbangan di pasar.

Kekhalifahan ketiga yang mendapat amanah adalah Ustman bin Affan. Beliau termasuk salah seorang sahabat Rasulullah SAW yang sangat dikenal kedermawanannya, beliau juga mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap penegakan hukum termasuk tentang ekonomi yang telah ditetapkan Rasulullah SAW dan khalifah-khalifah sebelumnya. Dalam bidang ekonomi khususnya yang terkait dengan pasar, Utsman bin Affan selalu berusaha untuk tetap mendapatkan informasi tentang situasi harga di pasar. Bila ada pedagang-pedagang yang ingin menimbun makanan atau menjualnya dengan harga yang mahal, maka beliau langsung mengirimkan kafilah-kafilah untuk mengambil bahan makanan tersebut dengan tujuan untuk merusak praktek penimbunan dan permainan harga yang akan dilakukan oleh para pedagang di pasar. Tindakan yang dilakukan khalifah merupakan suatu upaya preventif untuk mengontrol harga agar tidak menjadi beban bagi masyarakat dan menghindari adanya ketidak seimbangan harga.

Dalam pengembangan sumberdaya alam, Khalifah Usman ibnu Affan melakukan pembuatan saluran air, pembangunan jalan-jalan dan pembentukan organisasi kepolisian secara permanen untuk mengamankan jalur perdagangan.

Pada masa pemerintahan Ali bin Abi Thalib, kaum muslimin secara resmi sudah mencetak uang sendiri dengan menggunakan nama pemerintahan Islam. Ketika mata uang masih diimpor, kaum muslimin hanya mengontrol kualitas uang impor. Namun setelah mencetak uang sendiri, kaum muslimin secara langsung mengawasi penawaran yang ada.

E. Distorsi Pasar Menurut Ekonom Islam

Distorsi pasar (*market distortion*) adalah gangguan-gangguan atas bekerjanya mekanisme pasar. Gangguan-gangguan tersebut dapat berasal dari beberapa sebab, diantaranya dari unsur permintaan maupun dari unsur penawaran yang terjadi pada suatu pasar, masalah struktur pasar, masalah eksternalitas dan masalah barang publik. Contoh distorsi pada struktur pasar adalah pasar monopoli, sementara masalah eksternalitas dan barang publik adalah contoh distorsi dari permintaan dan penawaran. 1) Dengan terjadinya distorsi pasar tersebut maka usaha untuk mencapai efisiensi kegiatan ekonomi menjadi tidak tercapai.

Distorsi pasar (*market distortion*) dalam kajian ekonomi Islam menitik beratkan pada unsur-unsur moral para pelaku ekonomi (produsen sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli). Nilai-nilai moral dari para pelaku ekonomi tersebut harus sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadits. Distorsi pasar (*market distortion*) dalam perspektif ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

F. *Ihtikar*

Ihtikar berasal dari bahasa Arab ihtikara-yahtakiru-ihtikaran yang

bermakna secara bahasa adalah al-habsu (menahan) dan al-jam'u (mengumpulkan).²⁾ Menurut Imam Nawawi, ihtikar adalah "menahan (tidak menjual) bahan makanan sambil menunggu (naiknya harga).

Sedangkan makna secara syar'i Ihtikar adalah Menahan suatu barang (tidak menjualnya), padahal dia tidak membutuhkannya, sedangkan orang lain sangat membutuhkannya, lalu menjualnya di saat harga melambung tinggi sehingga menyulitkan orang lain atau masyarakat.

Menurut Imam Muhammad bin Ali Asy-Syaukani, Ihtikar adalah penimbunan atau penahanan barang dagangan dari peredarannya. Menurut Imam Al-Ghazali, Ihtikar adalah "penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga dan penjualannya ketika harga melonjak." Menurut kalangan Hanafiah, Ihtikar adalah membeli bahan makanan atau sejenisnya dan menimbunnya hingga harga menjadi mahal. Dan menurut kalangan Malikiyah ihtikar yaitu dengan mengkosongkan pasar untuk menunggu naiknya harga pasar.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan para ulama di atas dapat disimpulkan bahwa Ihtikar adalah menahan atau menimbun barang untuk tidak dijual menunggu adanya kenaikan harga untuk dijualnya. Sementara ia (penimbun) tidak berhajat pada barang tersebut sementara masyarakat sangat berhajat dengan barang tersebut.

Dasar hukum pelarangan Ihtikar yaitu terkandung pada nilai-nilai universal al-Qur'an yang menyatakan, bahwa setiap perbuatan aniaya, merugikan orang lain, dan termasuk di

dalamnya Ihtikar diharamkan. Karena Ihtikar mengandung kemadharatan serta menimbulkan kesulitan bagi manusia.

Dalam masalah Ihtikar ini yang paling utama yang harus diperhatikan adalah hak konsumen, yang menyangkut kepentingan orang banyak. Sedangkan yang melakukan ihtikar (penimbunan) hanya kepentingan perseorangan atau pribadi. Oleh karena itu apabila kepentingan perseorangan atau pribadi bertentangan dengan hak dan kepentingan orang banyak, maka hak dan kepentingan orang banyaklah yang harus diutamakan dan didahulukan. Sesuai dengan kaidah fiqih yang mengatakan: "Hak orang lain terpelihara menurut syara".

Banyak dalil shohih tentang pelarangan Ihtikar, karena Ihtikar dapat menimbulkan ketidakstabilan perekonomian masyarakat, mengakibatkan manusia saling bermusuhan, saling iri dan dengki dan mengakibatkan banyak sifat-sifat tercela yang bertentangan dengan ajaran Islam. Bisa dibayangkan ketika para pedagang menimbun barang dagangannya, terutama disaat-saat krisis ekonomi, sementara masyarakat saat itu sangat membutuhkan barang dagangan tersebut, terutama bahan makanan pokok, kemudian para penimbun menjual barang itu tatkala harga telah melonjak tinggi sehingga mereka meraup keuntungan yang sangat melimpah, sebaliknya masyarakat (konsumen) semakin kesulitan dengan harga yang tinggi, sehingga ini membahayakan perekonomian masyarakat dan negara secara umum.

Adapun ihtikar yang Dibolehkan adalah: (a) Menimbun atau menyimpan bahan makanan sebagai persiapan

kebutuhan diri dan keluarga yang diperkirakan cukup untuk kebutuhan selama satu tahun penuh, sementara masyarakat tidak berhajat pada barang tersebut karena banyak dipasaran, maka hal itu dibolehkan; dan (b) Barang yang ditimbun banyak dan tercukupi di pasar serta harga pun standar, sehingga ketika menimbun barang (sebagai stok persediaan) tidak menyulitkan masyarakat dan tidak mempengaruhi kestabilan pasar, maka hal itu dibolehkan.

Dengan demikian, Ihtikar yang diharamkan dalam ajaran Islam adalah usaha menimbun barang untuk tidak dijual dan akan menjualnya bila harganya sudah naik. Ihtikar seperti inilah sebagai salah satu bentuk distorsi pasar (market distortion) yang menyebabkan pasar bekerjanya tidak sempurna. Di sana terjadi ketidakadilan terhadap salah satu agen ekonomi, produsen diuntungkan sedangkan konsumen dirugikan.

G. Talaqqi Rukhban

Talaqqi Rukhban ialah kegiatan pedagang dengan cara menyongsong (mencegat) pedagang desa yang membawa barang dagangan di jalan sebelum mereka masuk ke tempat yang disediakan untuk memajang barang dan menjualnya (pasar). Praktek seperti itu dilarang dalam tuntunan Islam.

Larangan tersebut karena pedagang desa tidak tahu harga pasar dan tidak memiliki informasi yang benar tentang harga di pasar. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi para pedagang dari Desa. Substansi dari larangan Talaqqi Rukhban ini adalah tidak adilnya tindakan yang dilakukan oleh pedagang kota yang tidak

menginformasikan harga sesungguhnya yang terjadi di pasar. Sehingga ada unsur penipuan (menyembunyikan informasi) dan itu termasuk perbuatan dzalim.

Dalam Islam mencari barang dengan harga yang lebih murah tidaklah dilarang. Namun, apabila transaksi jual beli antara dua pihak, dimana yang satu pihak memiliki informasi yang lengkap dan yang satu pihak lagi tidak tahu berapa harga di pasar sesungguhnya dan kondisi demikian dimanfaatkan untuk mencari keuntungan yang lebih, maka terjadilah penzaliman oleh pedagang kota terhadap petani yang dari desa. Hal inilah yang dilarang, tindakan Talaqqi Rukhban ini tidak hanya menzalimi petani akan tetapi telah merusak keseimbangan pasar, sehingga pasar berada pada level yang lebih rendah.

Praktek Talaqqi Rukhban saat ini memang tidak begitu banyak terjadi, sebab alat komunikasi telah banyak tersebar di mana-mana termasuk di desa, sehingga informasi harga dengan mudah dapat diketahui. Namun yang menjadi inti persoalannya adalah pelarangan penipuan (menyembunyikan informasi harga pasar) dalam bertransaksi.

Rasulullah SAW melarang praktek semacam ini juga dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kenaikan harga. Rasulullah memerintahkan suplay barang-barang hendaknya dibawa langsung ke pasar hingga para penyuplay barang dan para konsumen bisa mengambil manfaat dari adanya harga yang sesuai dan alami.

Pelarangan transaksi ini karena mengandung dua unsur, pertama rekayasa penawaran dengan mencegah masuknya barang ke pasar (entry barrier), dan kedua, mencegah masuk

pedagang dari luar kota untuk mengetahui harga pasar yang berlaku.

H. *Bai' Najasyi*

Bai' Najasyi adalah menciptakan permintaan palsu dengan tujuan untuk menaikkan harga dari harga yang sedang berlaku di pasar. Penjual merekayasa permintaan, yaitu ada pihak tertentu yang merupakan sekutu pihak penjual yang berpura-pura menjadi calon pembeli. Kemudian ia memuji barang dagangannya dan menawar dengan harga yang tinggi sehingga ada calon pembeli lain yang tertarik untuk membeli dengan harga yang tinggi pula. Transaksi seperti ini diharamkan dalam Islam, karena si penawar sendiri tidak bermaksud benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya berpura-pura untuk menipu orang lain. Akibatnya terjadi "permintaan palsu" (*false Demand*). Oleh karena itu tingkat permintaan yang tercipta tidak dihasilkan secara alamiah. Sebagaimana dalam Hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi: "Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran terhadap barang tanpa bermaksud untuk membeli" (H.R. Tirmidzi). Di dalam Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dijelaskan bahwa Rasulullah SAW melarang menambah harga barang dagangan yang mengandung unsur penipuan (*najashi*).

I. *Tadlis*

Tadlis berasal dari kata *dallasa-yudallisu-tadlis[an]* terkandung makna: tidak menjelaskan sesuatu, menutupinya dan penipuan. Di dalam *Lisân al-'Arab* (Ibn Manzhar) mengatakan bahwa *dallasa* di dalam jual-beli dan dalam hal apa saja adalah tidak menjelaskan aib (cacat)-nya. Menurut Muhammad Rawas

Qal'ah Ji, tadlîs artinya *al-khidâ' wa al-ibhâm wa at-tamwiyah* (penipuan, kecurangan, penyamaran, penutupan).

Para fukaha mengartikan *tadlîs* di dalam jual-beli adalah menutupi aib barang. Hanya saja, dari deskripsi nash yang ada, *tadlis* tidak selalu dalam bentuk ditutupinya atau tidak dijelaskannya aib atau cacat barang. *Tadlis* juga terjadi ketika barang (baik barang yang dijual atau kompensasinya baik berupa uang atau barang lain) ternyata tidak sesuai dengan yang dideskripsikan atau yang ditampakkan, meski tidak ada cacat.

Tadlis dalam ajaran Islam jelas-jelas dilarang, dan siapa saja melakukannya berdosa. Sebab *tadlis* merupakan bagian dari penipuan. Sebagaimana dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dan yang lainnya disebutkan: "Tidak termasuk golongan kami orang yang menipu" (HR. Muslim, Abu Daud, at Tirmidzi dan Ibnu Majah).

Dengan demikian, *tadlis* merupakan cara memperoleh harta yang tidak dibenarkan dalam Islam, jadi siapa saja yang melakukannya maka hukumnya haram, dan Allah SWT akan mencabut keberkahan dari harta yang diperoleh dengan *tadlis*.

Tadlis dalam jual-beli dapat dilakukan oleh penjual maupun pembeli. Penjual dalam hal barang yang dia jual, sedangkan pembeli dalam hal harga yang ia bayarkan baik berupa uang atau barang.

J. *Taghrir*

Taghrir berasal dari bahasa Arab *gharar*, yang berarti akibat, bencana, bahaya, risiko, dan ketidakpastian. Dalam istilah fiqh mu'amalah, *taghrir*

berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi atau mengambil risiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung risiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya. Menurut Ibn Taimiyah, taghrir terjadi bila seseorang tidak tahu apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan jual beli.

Taghrir berbeda dengan tadlis, taghrir yaitu tidak lengkapnya informasi (incomplete information) yang dialami oleh dua pihak (pembeli dan penjual), sedangkan tadlis yaitu tidak lengkapnya informasi (incomplete information) yang dialami oleh satu pihak saja (unknown to one party, misalnya pembeli saja, atau penjual saja), oleh karena itu, kasus taghrir terjadi bila ada unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak. Dalam ilmu ekonomi Taghrir ini disebut uncertainty (ketidakpastian) atau resiko. Dalam situasi ketidakpastian ada lebih dari satu hasil atau kejadian yang akan muncul dengan probabilitas yang berbeda-beda.

Kitab suci al-Qur'an dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain dan memerintahkan untuk berlaku adil. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT surat al-An'am ayat 152

Dalam sistem ekonomi Islam masalah ketimpangan informasi tentang barang yang diperjualbelikan sangat dilarang. Karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur "an taradin minkum" (ridha sama ridha) telah dilanggar.

Taghrir dalam prakteknya dapat terjadi pada harga barang, jumlah

barang, kualitas barang dan waktu penyerahan barang.

K. Risywah

Risywah berasal dari bahasa Arab rasya, yarsyu, rasywan, yang berarti sogokan atau bujukan. Secara terminologis Risywah (suap) berarti pemberian yang diberikan seseorang kepada hakim atau lainnya untuk memenangkan perkaranya dengan cara yang tidak dibenarkan atau untuk memperoleh kedudukan.

Risywah (suap) adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang agar orang yang diberi itu memberi hukuman dengan cara yang bahtil atau memberi suatu kedudukan atau supaya berbuat dzalim. Menurut Ali bin Muhammad as-Sayyid as-Sarif al-Jurjani, Risywah ialah suatu (pemberian) yang diberikan kepada seseorang untuk membatalkan sesuatu yang hak (benar) atau membenarkan yang bathil.

Menurut Ibnu Abidin Rohimahulloh, Risywah adalah sesuatu yang diberikan seseorang kepada hakim atau lainnya supaya orang itu memutuskan sesuatu hal yang memihak kepadanya atau agar ia memperoleh keinginannya.

Dengan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Risywah adalah sesuatu yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain, hakim atau pejabat dengan segala bentuk dan caranya sehingga keinginan penyuap dapat terwujud.

Dasar pelarangan Risywah adalah firman Alloh SWT dalam surat al-Baqarah ayat 188. Jadi Risywah (menyuap dan menerima suap) diharamkan. Begitu juga mediator anatara penyuap dan yang disuap. Hanya saja jumbuh ulama membolehkan

penyuapan yang dilakukan untuk memperoleh hak dan mencegah kezhaliman seseorang. Namun orang yang menerima suap tetap berdosa.

Larangan Risywah dalam Islam, dikarenakan adanya perbuatan manipulasi dalam hukum. Risywah biasanya dilakukan untuk mempengaruhi sebuah keputusan atau memperlicin urusan bisnis. Artinya, suatu perbuatan yang di dalamnya ada Risywah maka perbuatan itu sudah tidak murni lagi, perbuatan itu sudah melenceng dari koridor ketetapan yang sebenarnya. Akhirnya, berakibat pada adanya banyak pihak yang terdzalimi (teraniaya).

L. Pasar Monopoli

Monopoli berasal dari bahas Yunani, monos dan polein (monos artinya satu, polein artinya menjual), yaitu suatu bentuk pasar di mana hanya ada satu penjual (produsen) yang menguasai pasar tetapi memiliki banyak pembeli (konsumen). Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai "monopolis". Seorang monopolis dapat memainkan harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi, semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya, semakin banyak barang yang diproduksi, maka semakin rendah harga barang tersebut. Jadi monopolis dapat dikatakan tidak memiliki competitor.

Monopolis memiliki apa yang disebut sebagai market power, yaitu kekuatan untuk menentukan harga sendiri dari suatu barang di pasar. Monopolis juga biasanya selalu berusaha untuk menyulitkan pendaatang baru yang ingin masuk ke pasar tersebut dengan

berbagai cara, salah satunya dengan cara menetapkan harga serendah mungkin. Dengan menetapkan harga ke tingkat yang paling rendah, perusahaan monopoli sudah menekan kehadiran perusahaan baru yang memiliki modal kecil. Perusahaan baru tersebut tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan monopolis yang memiliki kekuatan pasar, image produk, dan harga murah, sehingga lama kelamaan perusahaan tersebut akan mati dengan sendirinya.

Cara lainnya pasar monopoli adalah dengan menetapkan hak paten dalam memasarkan suatu produk atau barang pada satu wilayah atau pasar tertentu, sehingga perusahaan lain tidak diberi hak untuk memasarkan produk sejenis, akhirnya ia menjadi perusahaan monopolis satu-satunya yang menguasai pasar tersebut.

Dalam ajaran Islam, memang siapa saja orang boleh berbisnis, apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain, asalkan penjual tersebut tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam. Karena ketika penjual atau pun pembeli ada hasrat (niat) untuk mencurangi, menipu, menyulitkan atau merugikan orang lain (masyarakat), maka jelas-jelas itu bertentangan dengan ajaran Islam. Jadi pasar monopoli atau monopolis yang berusaha menguasai pasar dengan cara tidak sehat (fair competition) dan memainkan harga dengan memproduksi barang sedikit agar mendapat keuntungan di atas keuntungan normal, dilarang dalam ajaran Islam. Di dalam istilah ekonomi kegiatan ini disebut sebagai monopoly's rent seeking behaviour.

M. Intervensi Harga

Melakukan intervensi (campur tangan) dalam penetapan harga tidak dibenarkan, karena akan mengakibatkan ketidakadilan (zulm). Sebahagian ulama juga menyalahkan bila seorang Imam (pemerintah) ikut campur dalam menetapkan harga. Sebagaimana menurut Asy-Syaukani “melakukan pematokan harga suatu barang pada pedagang merupakan suatu kezaliman. Argumentasinya karena manusia dikuasakan atas harta mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang imam diperintahkan untuk memelihara kemashalatan umat Islam. 39) Menurut Imam Hanafi dan Imam Syafi'i menyatakan bahwa pemerintah tidak mempunyai hak untuk menetapkan harga.

Di dalam Ilmu Fiqih, masalah penetapan harga dikenal dengan istilah Tas'ir yang berarti, menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan, supaya tidak mendzalimi pemilik barang dan pembelinya. 42) Para ulama sepakat bahwa melakukan Tas'ir (penetapan harga) dalam kondisi normal hukumnya tidak dibenarkan. Namun dalam kondisi tidak normal diperbolehkan.

Dalam ajaran Islam pemerintah (negara) mempunyai hak untuk melakukan intervensi dalam kegiatan ekonomi baik itu dalam bentuk pengawasan, pengaturan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. Apalagi bila terjadi distorsi pasar pemerintah berkewajiban untuk melakukan intervensi harga di pasar.

Penetapan harga dalam kondisi normal dapat berakibat munculnya

tujuan yang saling bertentangan. Harga yang tinggi, pada umumnya berawal dari situasi meningkatnya permintaan atau menurunnya suplai. Pengawasan harga hanya akan memperburuk situasi tersebut. Harga yang lebih rendah akan mendorong atau meningkatkan permintaan, dan akan mengecilkan hati para importir untuk mengimpor barang tersebut. Pada saat yang sama, akan mendorong produksi dalam negeri, mencari pasar luar negeri (yang tak terawasi) atau menahan produksinya sampai pengawasan harga secara lokal itu dilarang. Akibatnya akan terjadi kekurangan suplai. Jadi tuan rumah akan dirugikan akibat kebijakan itu dan perlu membendung berbagai usaha untuk membuat regulasi harga

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, pada bab terakhir penulis akan tuangkan kesimpulan pada penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Pasar (*market*) dalam perspektif ekonomi Islam adalah proses interaksi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) atas suatu barang dan jasa, sehingga memungkinkan terjadinya kesepakatan tingkat harga dan jumlah barang, sedangkan harga itu sendiri harus tercipta secara 'adil. Pasar juga harus dibangun pada prinsip-prinsip dasar yaitu suka sama suka (*Ar-Ridha*), kejujuran (*honesty*), keadilan (*justice*), keterbukaan (*transparency*) dan persaingan sehat (*fair competition*). Sesuai al-Qur'an surat an-Nisaa, ayat 29 dan surat al-Baqarah ayat 275..

2. Distorsi Pasar (*market distortion*) dalam perspektif ekonomi Islam adalah gangguan-gangguan atas bekerjanya mekanisme pasar, sehingga pasar tidak dapat bekerja secara efisien. Bentuk Distorsi Pasar itu sendiri adalah *Ihtikar* (menimbun barang), *Talaqqi Rukhban* (mencegat pedagang dari Desa), *Ba'i Najasi* (merekayasa penawaran), *Tadlis* (penipuan), *Taghrir* (ketidakjelasan), *Risywah* (suap menyuap), *Monopoli* (penguasaan pasar dan harga) dan *Intervensi harga* (campur tangan penentuan harga). Semua bentuk distorsi ini dalam ajaran Islam dilarang (haram), karena bertentangan dengan prinsip dasar pasar Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya, 1995, Departemen Agama RI, Jakarta: CV. Al-Waah.
- Abdullah bin Abdul Muhsin, 2001, *Suap Dalam Pandangan Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Achsien, H, Iggi, 2000, *Investasi Syari'ah di Pasar Modal: Menggagas Konsep dan Praktek Manajemen Portofolio Syari'ah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Alma, Buchari, 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Amalia, Euis, 2010, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Depok: Gramata Publishing.
- Ath-Thabari, tt., *Tarikh al-Umam wa al-Muluk V*, Mesir: Mathba'ah al-Husainiah.
- Atsqalani-al, Hajar, Ibnu, 2008, *Fathul Barri IV*, Jakarta: Pustaka Azzam.
- Aziz, Abdul, Asy-Syaih, bin Baz, 2007, *Fatwa, Implikasi Budaya Suap*, Media dakwah Islam, al-Manar, 4 Desember 2007.
- Bani-al, Nasaruddin, Muhammad, 2007, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, Jakarta: Pustaka Azzam, Cet. 1.
- Basri, Abidin, Ikhwan, 2008, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik*, PT Aqwam Media Profetika.
- Boediono, 1999, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, IKAPI.
- Diliarnov, 1980, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Press.
- Ghazali-al, Hamid, Abdul, 1967, *Ihya Ulumuddin II*, Cairo: Muassasah al-haliby wa sirkah.
- _____, tt. *Ihya Ulumuddin III*, Bairut: Daarut Taqwa
- Gordon, 1975, *Economic Ananlysis Before Adam Smith*, London & Tonbridge: Lewi Reprint Ltd.
- Hambal, Ibnu, Ahmad, Imam, tt., *Kumpulan Hadits Imam ahmad Ibnu Hambal*, Beirut: Dar-al-Fikr.
- Irwandi, Muhammad, 2010, *Ekonomi Islam Kajian Konsep dan Model Pendekatan*, Makalah, 8 April 2010.
- Islahi, AA., 1997, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*, alih bahasa H. Anshari Thayib, Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Jaribah bin Ahmad Al Haritsi, 2003, *Fiqh Ekonomi Umar Bin Al Khattab*, Terjemahan, Jedah: Dar al-Andalus al-Khadra
- Jazairi-al, Abdurahman, tt., *Al-Fiqh, Ala al-Mazahibul al-'Arba'ah*, Bairut: Ahya al-Tadris al-Arabi.

- Karim, Adiwarmanto, 2006, *Sejarah Pemikiran ekonomi Islam* Jakarta: Edisi kedua, PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, 2007, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Karim, Syafi'i, 2001, *Fiqh Ushul Fiqih*, Bandung: Pustaka Setia.
- Kaulla, R., 1940, *Theory of The Just Price*, London: Gerorge Allen.
- Khaldun, Ibn, tt. *Al-Muqaddimah II*, Bairut: Dar al-Fikr.
- Manzhur-al, Ibnu, tt. *Lisanul Arabi III*, Mesir: Daarul Ma'arif
- Maraghi-al, Mustafa, Abdullah, 2001, *Pakar-Pakar Fiqh Sepanjang Sejarah*, Yogyakarta: LKBSM.
- Marthon, Sa'ad, Said, 2007, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim.
- Mubarakfury-al, Shafiyurrahman, Syailch, 2009, *Sirah Nabawiyah, (Terjemah Kitab ar-Rahiqul Maktum)*.
- Muhammad, Abdullah Abi, 1997, *Al-Adabul al-Mufradi*, Dar al-Dalil al-Atsariyah.
- Muhammad, Abdullah, Abi, bin Ismail al-Bukhari, 1981, *Shahih Bukhari*, Bairut: Dar al-Fikr.
- Mu'jam, *Fiqh al-Kuwaity*, <http://www.saidalfaid.com>.
- Muslim, Imam, 1978, *Hadits Shahih Muslim*, Penerjemah: A. Razak dan Rais Latif, Jakarta: Pustaka al-Husna.
- Nabahan-an, Faruq, M. 2000, *Sistem Ekonomi Islam: Pilihan Setelah Kegagalan Kapitalis dan Sosialis*, alih bahasa Muhadi Zainuddin, Yogyakarta: UII Pers.
- Nasution, Edwin, Mustafa, et. al. 2006, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Bey Sata Utama, Kencana Prenada Media Group.
- Nawani, Imam, 1980, *Tahdhib al-Asma' wa al-Lughoh III*, Bairut: Dar al-Kutub al-Islamiyah.
- Praja, S. Juhaya, 1993, *Filsafat Hukum Islam*, Bandung: Piara.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Jogjakarta atas kerjasama dengan Bank Indonesia, 2008, *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Qardhawi, Yusuf, 2007, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Rahman, Afzalur, 1996, *Doktrin Ekonomi Islam*, alih bahasa oleh Sueroyo dkk, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Rifai, Ahmad, 2009, *Karakteristik Pasar Islami*, Artkel pada Suara Hdayatullah, 4 Oktober 2009.
- Sabiq, Sayyid, 1977, *Fiqhus Sunnah*, Bairut: Dar al-Fikr.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Syabah, Ibnu, 1410 H, *Tarikh al-Madinah al-Munawwarah I*, Iran: Dar al-Fikr.
- Syafei, Rachmat, 2000, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Taimiyah, Ibnu, 1383, *Majmu' Fatawa Shaykh al-Islam Ahmad b. Taimiyah*, Riyadh: al-Riyadh Press.
- Taimiyah, Ibnu, 1976, *Al-Hisbah fil Islam*, Cairo: Dar al-Shab
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Winarno, Sigit dan Ismaya, Sugeng, 2003,
Kamus Besar Ekonomi, CV. Pustaka
rafika.

Yatim, Badri, 2007, *Sejarah Peradaban
Islam*, Jakarta: PT. Raja Findo
Persada.

Yusuf, Abu, 1979, *Al-Kharaj*, Beirut: Dar
al-Ma'rifah.