

Faktor Penentu Harga Dalam Tinjauan Pemikiran Ekonomi Islam

Nurizal Ismail, Siti Aisyah, Devid Frastiawan Amir Sup
Institut Tazkia, Universitas Gunadarma, Universitas Darussalam Gontor

Email: nurizal@tazkia.ac.id, aisyahdaruss@staff.gunadarma.ac.id,
devidfraziawan@unida.gontor.ac.id

Abstract

Price is one of the vital factors in economic studies, either at a micro or macro level. In general term, the concept of price can be found in primary (Al Qur'an and Sunnah) and secondary such as tafsir, fiqh, kalam, philosophy and history. Therefore, this study aims to find out the concept of price determinants developed by earlier Islamic economics scholars and compare it with the price theory in modern economics, which refers to Western economic thought. This study using a qualitative methodology using library research and content analysis. The results are the price determinant in the Islamic economy are according to the agreement of Islamic scholar based on demand and supply then shapes the price and volume of transactions. The other factors influencing the price mechanism are inventory, geography or places, consumption time, quality of goods, quantity and cost. The differences with the western economic view lie in the worldview aspect or the world view in understanding the price concept.

Keywords: price, economy, Islam.

Abstrak

Harga adalah salah satu faktor penting dalam studi ekonomi baik secara mikro dan makro. Secara umum konsep-konsep harga dapat ditemukan dalam sumber-sumber Islam baik primer (Qur'an dan Sunnah) dan sekunder seperti tafsir, fikih, kalam, filsafat dan sejarah. Maka tujuan studi ini adalah untuk mengetahui konsep faktor-faktor penentu harga yang dikembangkan oleh pemikir-pemikir Islam dahulu dan membandingkannya dengan teori harga pada ekonomi modern yang merujuk pada pemikiran ekonomi Barat. Dengan menggunakan metodologi kualitatif dengan menggunakan kepustakaan (library research) dan analisis isi (content analysis), hasilnya yaitu penentu harga dalam perekonomian

Islam menurut kesepakatan para ulama Islam berdasarkan permintaan dan penawaran yang kemudian membentuk harga dan volume transaksi. Selain itu faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi mekanisme harga adalah persediaan barang, geografi atau tempat, waktu konsumsi, kualitas barang, kuantitas serta biaya. Terdapat perbedaan dengan pandangan ekonomi Barat yang terletak pada aspek worldview atau cara pandang dunia dalam memahami konsep harga tersebut.

Kata kunci: harga, ekonomi, Islam.

Pendahuluan.

Harga merupakan nilai suatu komoditi yang ditransaksikan yang dapat direpresentasikan dengan mata uang tertentu. Menurut Adam Smith yang dinobatkan sebagai bapak ilmu ekonomi modern dalam bukunya "*The Wealth of Nation*," harga pasar adalah harga yang aktual bagi setiap komoditi yang biasa dijual.¹ Dalam teori harga selalu berhubungan erat dengan hukum permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) yang menjelaskan bahwa permintaan sebuah komoditas atau jasa akan naik ketika harga-harga di pasar turun dan sebaliknya. Namun demikian, dalam teori Kapitalisme tentang harga dalam pasar selalu menjadi pusat masalah.² Dampak masalah tersebut seperti inflasi, ketimpangan dan lain-lainnya telah terjadi hampir di seluruh dunia.

Sejarah ekonomi modern hampir selalu berangkat dari *The Wealth of Nation*-nya Adam Smith yang terbit pada tahun 1776, atau dua periode sebelumnya, yakni merkantilis dan fisiokrat. Periodisasi ini seolah-olah telah diterima luas sebagai pembagian kurun waktu yang valid dalam memahami ekonomi dan dengan begitu merupakan representasi titik tolak sejarah ekonomi modern yang monumental.³ Dalam dunia sejarah ilmu ekonomi modern istilah "*The Great Gap*" yang diperkenalkan oleh Schumpeter menggambarkan kesenjangan sejarah ilmu ekonomi selama kurun waktu tidak kurang dari 500 tahun setelah St Thomas Aquinas, sampai akhirnya tiba kemunculan bapak ekonomi yaitu Adam Smith. Padahal yang kita tahu bahwa pada masa-masa itu adalah

1 Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of Wealth of Nations* (abridged), Abridged with commentary and notes by Laurence Dickey (USA: Hackett Publishing Company, 1993), hlm. 24.

2 Kurt W. Rothschild, "Price Theory and Oligopoly," *The Economic Journal* 57, no. 227 (1947), hlm. 299.

3 Arif Hoetoro, *Ekonomi Islam: Pengantar Analisis Kesejarahan dan Metodologi* (Malang: Bayu Media, 2007), hlm. 22.

titik keemasan sejarah keilmuan Islam sebagaimana pernyataan Ghazafar (1995), “bahkan Jacob Viner, yang dinyatakan oleh Blaug sejarawan pemikiran ekonomi terbaik yang pernah ada ragu untuk menerima gap thesis dari Schumpeter.”⁴

Padahal penerapan ekonomi Islam sudah ada sejak empat belas abad silam. Pada zaman Rasulullah dan Khulafa'urraiyidin isu-isu mengenai harga menjadi konsen dalam pemerintahan Islam dan kemudian menjadi sebuah kebijakan. Selanjutnya berkembang menjadi suatu disiplin tertentu dalam keilmuan Islam. Secara umum konsep-konsep harga dapat ditemukan dalam sumber-sumber Islam baik primer (Qur'an dan Sunnah) dan sekunder seperti tafsir, fikih, kalam, filsafat dan sejarah. Secara khusus dapat ditemukan dalam literatur *al-hisbah* seperti buku *ahkām al-suq* karya Yahya Ibnu Umar atau *al-Hisbah fil Islam* karya Ibnu Taimiyah.

Dari hal tersebut, perlu adanya studi yang mendalam mengenai konsep atau penjelasan mengenai faktor penentu harga dalam Islam yang sumber dan pondasi keilmuannya pastinya berbeda dengan yang dikembangkan oleh mazhab Kapitalisme atau Sosialisme. Tujuan dari studi adalah untuk mengetahui konsep faktor-faktor penentu harga yang dikembangkan oleh pemikir-pemikir Islam dahulu dan membandingkannya pada pandangan pemikiran ekonomi Barat.

Metodologi Penelitian.

Metode penelitian atau metode riset berasal dari bahasa Inggris. Kata *method*, berarti ilmu yang menerangkan metode atau cara-cara. Sedangkan kata penelitian merupakan terjemahan dari “*research*” yang berarti melakukan pencarian, sehingga langkah logis dan sistematis tentang pencarian yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisa, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan pemecahannya.⁵ Menurut kamus Webster's New International dalam Moh. Nazir, penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip suatu penyelidikan yang amat cerdas untuk menetapkan sesuatu.⁶ Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

4 S. M. Ghazanfar, “History of Economic Thought: The Schumpeterian Great Gap, the Lost Arab-Islamic Legacy, and the Literature Gap,” *Islamic Studies* 6, no. 2 (1995), hlm 241.

5 Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Dakwah* (Jakarta: Logos, Wacana Ilmu, 1999), hlm. 1.

6 Mohammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 15.

pendekatan kualitatif yang berupa studi kepustakaan (*library research*). Menurut Gogdan dan Guba pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif (data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka).⁷

Sedangkan jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah analisis isi (*content analysis*) yang artinya suatu model yang dipakai untuk meneliti dokumentasi data yang berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya. Menurut Krippendorff, analisis isi bukan sekedar menjadikan isi pesan sebagai obyeknya, melainkan lebih dari itu terkait dengan konsepsi-konsepsi yang lebih baru tentang gejala-gejala simbolik dalam dunia komunikasi.⁸ Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemerosesan dalam data ilmiah dengan tujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru dan menyajikan fakta.⁹

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dikarenakan beberapa pertimbangan terkait tentang perumusan masalah yang akan penulis teliti, yaitu untuk mengetahui dan memaparkan pemikiran-pemikiran tokoh Muslim dengan latar belakang keilmuan yang berbeda. Selanjutnya, penulis menggunakan *document analysis* (analisis dokumen), yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada obyek penelitian, namun melalui dokumen,¹⁰ dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa kitab, buku, karya tulis lainnya terkait pemikiran-pemikiran tokoh atau ulama Islam dahulu.

Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data.¹¹ Jadi tujuan dari analisis data ini adalah untuk menyederhanakan, sehingga mudah ditafsirkan.¹² Setelah pengumpulan data-data terkait kajian ini, maka penulis akan menganalisis dengan metode

7 Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), hlm. 76.

8 Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 71.

9 Klaus Krippendorff, *Analisis Isi Pengantar dan Teori Metodologi* (Jakarta: Rajawali Press, 1993), hlm. 15.

10 M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 87.

11 Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial...*, hlm. 191.

12 Hermawan Wasito, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995), hlm. 88.

diskriptif, yaitu berusaha untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh.¹³ Sedangkan untuk langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah model analisis Miles and Huberman, yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.¹⁴

Teori Harga.

Definisi harga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang atau umlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.¹⁵ Secara terminologi harga Menurut Karl E. Case dan Ray C. Fair harga adalah jumlah yang dijual oleh suatu produk per unit dan mencerminkan berapa yang bersedia dibayarkan oleh masyarakat.¹⁶

Menurut Reksoprayitno, inti teori harga pasar ialah harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar.¹⁷ Selain itu harga terkait dengan pelakunya, sehingga koordinasi antara produsen dan konsumen terhadap penawaran dan permintaan komoditas dan jasa pun menjadi sangat penting dalam ekonomi pasar.

Harga oleh beberapa pemikir disebut juga dengan harga alamiah (*natural price*) sebagai pertentangan dari harga tetap yang legal oleh otoritas pemerintah.¹⁸ Dari pernyataan ini muncul perdebatan apakah pemerintah harus melakukan intervensi atau tidak dalam penetapan harga. Bagi Kapitalisme tidak perlu ada campur tangan pemerintah dalam penetapan atau pengaturan harga, sebaliknya Skolastik menganggap bahwa pemerintah tidak hanya mempunyai hak tetapi juga tugas dalam regulasi harga.¹⁹

13 Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 11.

14 Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI-PRESS, 1992), hlm. 20.

15 <http://kbbi.web.id/harga>.

16 Karl E. Case dan Ray C. Fair, *Prinsip-prinsip Ekonomi*, terj. Y. Andri Zaimur (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 49.

17 Soediyono Reksoprayitno, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000), hlm. 49.

18 Raymond De Roover, "Monopoly Theory Prior to Adam Smith: A Revision," *The Quarterly Journal of Economics* 65, no. 4 (1951), hlm. 496.

19 Raymond De Roover, "The Concept of the Just Price: Theory and Economic Policy," *The Journal of Economic History* 18, no. 4 (1958), hlm. 472.

Hukum Penawaran dan Permintaan.

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Analisis teori permintaan memfokuskan hubungan antara permintaan dan perubahan harga, sedangkan faktor lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*). Berdasarkan teori ini ditetapkan suatu aturan yang berlaku secara teoritis mengenai permintaan yang disebut hukum permintaan.

Pada hakikatnya hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga produk per unit mengalami kenaikan, akan menyebabkan jumlah produk yang diminta mengalami penurunan, dan jika harga produk per unit turun dari harga semula, berarti jumlah produk yang diminta akan mengalami peningkatan. Dengan kata lain, bahwa hukum permintaan merupakan hipotesis yang menyatakan, "*semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut.*" Sebaliknya, "*semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.*"²⁰ Dimana hukum permintaan ini hanya berlaku jika asumsinya *ceteris paribus*.

Sedangkan hukum penawaran menyatakan bahwa, jika harga barang per unit mengalami peningkatan akan berpengaruh pada jumlah barang yang ditawarkan atau disediakan lebih banyak. Sebaliknya jika harga jual barang per unit turun dari semula akan mempengaruhi produsen untuk mengurangi jumlah barang yang ditawarkan atau disediakan. Dengan asumsi faktor harga signifikan berpengaruh pada daya jangkau pasar untuk melakukan transaksi pembelian barang, sedang faktor lain selain harga diasumsikan tetap atau *ceteris paribus*.²¹ Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.²²

Selanjutnya, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan

20 Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 76.

21 Henry Sarnowo dan Danang Sunyoto, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Jakarta: CAPS, 2013), hlm. 18.

22 Sukirno, *Mikro Ekonomi:...*, hlm. 86.

perkapita, distribusi pendapatan, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, ekspektasi tentang masa depan, usaha-usaha produsen meningkatkan pen-jualan.²³ Sedangkan faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, biaya produksi, teknologi produksi, jumlah pedagang/penjual, tujuan perusahaan, kebijakan pemerintah.²⁴

Harga dalam Fikih Islam.

Dalam sebuah transaksi ada dua hal yang sangat menjadi perhatian *fiqh* Islam dalam masalah harga, hal ini demi menjaga keadilan dan menghindari terjadinya perselisihan dalam bertransaksi. *Tsaman* (harga) dibagi menjadi dua yaitu *qimah* yang bisa disebut juga *tsaman mitsl* (harga setara) adalah harga *hakiki* (sebenarnya) suatu barang, *qimah* merupakan persamaan nilai suatu barang tidak lebih dan tidak kurang.²⁵

Yang kedua adalah *tsaman musamma*, yaitu harga jual suatu barang yang bisa lebih, kurang atau bahkan sama dengan nilai barang itu sendiri. Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa, "*tsaman mitsl atau iwadl mitsl adalah merupakan harga mutsamma yang telah menjadi 'urf (kebiasaan) dan diketahui secara umum.*" Kita mengatakan *iwadl mitsl* yaitu persamaan *mutsamma* yang telah menjadi '*urf*, inilah yang biasa disebut dengan istilah *si'ru* dan '*adah*. Harga *mutsamma* dalam transaksi ada dua macam, pertama harga yang telah menjadi kebiasaan manusia dan telah diketahui maka itu disebut '*iwadl* yang dikenal dan yang menjadi kebiasaan. Kedua, harga yang langka karena intensitasnya keinginan atau kebutuhan atau selainnya.²⁶

Qimah dan *tsaman musamma* bisa sama-sama menjadi harga suatu barang dalam sebuah transaksi juga bisa tidak, seperti ketika seseorang menjual barang yang senilai dengan 100 *Qirsy* (jenis mata uang, jika di Indonesia: Rupiah) dengan kesepakatan harga 100 *Qirsy*, maka 100 *Qirsy* tersebut selain merupakan harga *mutsamma* (harga jual) juga merupakan nilai sebenarnya (*qimah hakiki*) atau harga setara (*tsaman mitsl*). Sedang contoh *qimah* yang bukan *tsaman musamma* yaitu ketika seseorang menjual barang yang senilai 100

23 Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi, Mikroekonomi & Makroekonomi* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 22.

24 *Ibid*, hlm.29.

25 Ali Haidar, *Durarul Hukkam Syarh Majallah al-Ahkam*, Juz. 1 (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, t.th.), hlm. 108.

26 Ahmad Ibnu Taimiyah, *Majmū' al-Fatāwa*, Juz. 29 (Riyadh: Darul Ilm al-Kutub, 1991), hlm. 522.

Qirsy dengan harga 50 *Qirsy* dengan transaksi yang rusak (*bai' fasid*), sedangkan barangnya sudah rusak ditangan pembeli (akibat dikonsumsi atau lainnya), maka dia harus mengganti terhadap penjual 100 *Qirsy* yang senilai dengan barang tersebut. Disini kita bisa temukan *qimah* tapi tidak *tsaman musamma*. Contoh lain *tsaman musamma* yang bukan *qimah*, yaitu seseorang menjual barang yang senilai 100 *Qirsy* dengan harga 150 *Qirsy* dengan transaksi yang sah, maka harga 150 *Qirsy* tersebut merupakan *tsaman musamma* namun bukan *qimah*.²⁷

Sedangkan harga yang adil adalah harga yang ditetapkan kepada sesuatu barang setara dengan harga barang persamaannya, atau bisa dikatakan harga yang adil merupakan *qimah mitsl* itu sendiri. sedang *iwadl mitsl* sama dengan *qimah mitsl* (harga setara), *ujrah mitsl* (kompensasi setara), *mahr mitsl* (maskawin setara), dan lain sebagainya yang istilahnya berbeda-beda mengikuti pembahasan dalam *fiqh* oleh para *fuqoha'* dan semuanya harus '*adil* demi sempurnanya kemaslahatan dunia dan akhirat'.²⁸

Beberapa penelitian terkait konsep harga dalam Islam dapat ditemukan di dalam jurnal, buku dan artikel lainnya baik itu yang secara umum maupun khusus. Abdul Azim Islahi dalam tulisannya "*Market Mechanism in Islam: A Historical Perspective*" menjelaskan bahwa ide-ide besar tentang mekanisme pasar dan harga ditemukan oleh pemikir muslim jauh sebelum pertengahan abad ke-18, Islahi membuktikannya dengan mengungkap pemikiran Abu Yusuf, al-Ghozali, Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun. Dan membantah pernyataan Joseph Schumpeter pada *magnum opus*, *The History of Economic Analysis*, bahwa pembahasan terkait mekanisme pasar dan harga baru muncul setelah abad 18. Keempatnya memiliki ide yang jelas tentang konsep mekanisme harga dan mencoba mengkaitkannya dengan isu-isu yang terkait.²⁹

Muhammad Lawal Ahmad Bashar, menganalisa pengendalian harga dalam perekonomian Islam dari empat perspektif mazhab fikih dan ulama fikih lainnya. Kesimpulan dari kajiannya bahwa pengendalian harga bukan suatu yang umum dalam perekonomian Islam, namun pengendaliannya secara khusus dapat diterima ketika kebutuhan dasar muncul dari pengeluaran-pengeluaran riil dan nominal dalam implementasinya.³⁰ Antara Islahi dan Bashar

27 Haidar, *Durarul Hukkam Syarh Majallah al-Ahkam...*, hlm. 108.

28 Taimiyah, *Majmū' al-Fatāwa*, Juz 29..., hlm. 522.

29 Abdul Azim Islahi, "Market Mechanism in Islam: Historical Perspective," *Journal of Islamic Economics* 1, no. 6 (1995): 1-13.

30 Muhammad Lawal Ahmad Bashar, "Price Control in an Islamic Economy," *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics* 9 (1997): 29-52.

terlihat perbedaan perspektif kajian yaitu antara analisa sejarah dan fikih.

Adapun penelitian secara khusus pada satu tokoh terkait pemikiran Yahya Ibnu Umar yang ditulis oleh Cengiz Kallek, dalam bahasa turki yang berjudul "*Islâm'da Pazar Ahlâk ve Yahyâ b. Ömer el-Kinânî.*" Penelitian tersebut lebih menekankan pada etika Islam dalam pasar terkait masalah-masalah yang mengakibatkan adanya distorsi pasar dan juga perilaku manusia di dalam pasar.³¹ Faruk BAL, yang berjudul "*Iktisat Kaynağı Olarak Hisbe Literatürü ve Yahya B. Ömer El Endülğsi 'Nin Ahkâm'ssük Adlı Eseri*" dalam penelitian tersebut Faruk lebih menekankan pentingnya *hisbah* dalam mengatur jalannya perekonomian suatu negara, untuk menjaga dan menyelesaikan kecenderungan manusia dalam berbuat *dzalim* seperti monopoli dan duo kartel serta persaingan yang tidak sehat, Faruk juga menyinggung mengenai pembentukan harga yang ideal.³²

Faktor Penentu Harga.

Tinjauan Pemikiran Barat.

Adam Smith dalam karya '*Wealth Nation*' telah menjelaskan tentang teori bagaimana harga itu terbentuk. Menurutnya, kenaikan harganya tidak lebih dari sebuah kompensasi dari berkurangnya kuantitas suatu barang.³³ Selain itu ia menambahkan bahwa variasi harga pasar seperti itu komoditas, oleh karena itu, hanya dapat muncul dari beberapa kebetulan variasi dalam permintaan.³⁴ Ini menjelaskan bahwa harga itu ditentukan dari persediaan dan permintaan atas barang dan jasa melalui mekanisme pasar yang membentuk harga alamiah, yang mengarahkannya adalah *invisible hand* yang mengoordinasikan tindakan ekonomi manusia secara otomatis tanpa bantuan intervensi pemerintah.³⁵

31 Cengiz Kallek, "Islâm'da Pazar Ahlâk ve Yahyâ b. Ömer el-Kinânî ;Islamic Market Ethics and Yahyâ ibn 'Umar al-Kinânî," *Turkish Journal of Business Ethics* 1, no. 1 (2008): 9-30.

32 Faruk BAL, "İktisat Kaynağı Olarak Hisbe Literatürü ve Yahya B. Ömer El Endülğsi 'Nin Ahkâm'ssük Adlı Eseri," *Electronic Turkish Studies* 8, no. 12 (2013): 133-149.

33 Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. Edwin Cannan (London: University of Chicago Press, 1977), hlm. 126.

34 *Ibid.*, hlm..165.

35 John Eatwell, Murray Milgate, Peter Newman (eds.), *The Invisible Hand* (London: Macmilan Press Limited, 1989), hlm. 90.

Karl Marx melihat bahwa naik dan turunnya harga tidak hanya terkait dengan harga pasar tetapi harga produksi. Harga pasar kemudian harus disesuaikan dengan harga produksi dalam keberadaan langsungnya dan tidak hanya sebagai rata-rata dari semua pergerakan harga, dan harga produksi, yang diatur oleh hukum yang ada tentang cara produksi.³⁶ Selain harga barang ditentukan oleh persediaan dan permintaan, ia juga menambahkan bahwa suku juga sebagai faktornya.³⁷

Friedman menambahkan dengan jelas bahwa tingkat permintaan lebih rendah karena berkurangnya keinginan akan sumber-sumber tambahan yang relatif terhadap konsumsi saat ini karena cadangan pendapatan yang dikhususkan untuk sumber-sumber pembelian itu meningkat; harga penawaran lebih tinggi karena kenaikan biaya untuk memproduksi dari sumber-sumber tambahan karena cadangan dari layanan produktif yang dikhususkan untuk sumber produksi dan bukan konsumsi saat ini meningkat.³⁸

Dapat dimengerti bahwa secara umum harga ditentukan pada pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar secara alamiah dengan variabel-variabel penentu diantaranya seperti suku bunga, pendapatan, dan biaya produksi.³⁹ Secara falsafah dasarnya penentuan harga berbasis kepada hukum alam (*natural law*) yang mempercayai bahwa segala sesuatu agar berjalan dengan sendirinya, sehingga Hume menghilangkan Tuhan dari gambaran kehidupan, dan menawarkan pembenaran untuk aturan keadilan dan kepemilikan ditentukan oleh utilitas. Adam Smith kemudian menyebutnya dengan *invisible hand*, yang ia sebut sebagai mekanisme simpati (*sympatic mechanism*) dalam 'moral sentimen' nya.

Tinjauan Pemikiran Islam.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka sangatlah penting untuk mengkaji konsep faktor-faktor penentuan harga dari pandangan para pemikir Islam. Sebenarnya, beberapa literatur ekonomi Islam telah mendiskusikan dan menjelaskan konsep faktor penentuan harga jauh sebelum munculnya mazhab-mazhab ekonomi seperti Skolastik, Ekonomi Klasik, Neo-Klasik dan lainnya. Adapun penjelasan ringkas mengenai faktor-faktor penentu harga

36 Karl Marx, *Das Capital: volume III* (London: Penguin UK, 1992), hlm. 201.

37 *Ibid*, hlm. 548.

38 Milton Friedman, *Price Theory* (Chicago: Aldin Publication, 1970), hlm. 256.

39 Eatwell, Milgate, Newman (eds.), *The Invisible Hand...*, hlm. 226.

yang ditawarkan para pemikir Islam sebagai berikut:

Imam Abu Yusuf.

Nama sebenarnya adalah Yaqub ibn Ibrahim al-Ansari dilahirkan di Kufah (Iraq) pada tahun 731 Masehi atau bertepatan dengan tahun 113 Hijriyyah. Beliau menduduki posisi tertinggi di bidang hukum sebagai ketua para hakim (*Qudhat al-Qudha*) di masa pemerintahan Harun al-Rasyid. Selanjutnya kontribusinya dalam bidang pemikiran ekonomi dapat dilihat dari bukunya yang berjudul *Kitab al-Kharaj*. Berkenaan dengan konsep harga Imam Abu Yusuf berpendapat bahwa harga murah bukan karena persediaan (*supply*) makanan yang berada di pasaran itu banyak, dan harga mahal bukan disebabkan oleh persediaan makanan yang sedikit. Abu Yusuf menolak argumen yang menyatakan bahwa ketika persediaan barang naik, maka harga akan turun atau ketika persediaan terbatas, maka harga akan naik. Menurutnya naik dan turun nya harga di pasaran adalah kehendak Allah SWT.⁴⁰

Di sini kita dapat melihat bahwa pasar menentukan harga tidak hanya pada sisi permintaan melainkan pada sisi penawaran. Contohnya, ketika terjadi kenaikan harga jagung disebabkan cuaca yang jelek, jadi penentu akhir hukum permintaan dan penawaran dalam pasar adalah kehendak Allah.

Imam Syafi'i.

Nama sebenarnya adalah Abū Abdullāh Muhammad bin Idrīs al-Shafīī atau Muhammad bin Idris asy-Syafi'i yang dilahirkan Gaza, Palestina, 150 H/ 767 M. Beliau adalah seorang mufti besar Sunni Islam dan juga pendiri mazhab Syafi'i. Berkenaan dengan konsep harga, Imam Syafi'i hanya menjelaskan secara ringkas mengenai penyebab naik dan turunnya harga di pasaran. Menurutnya nilai suatu komoditi meningkat dan menurun pada setiap waktu disebabkan perubahan harga, banyak dan sedikitnya keinginan manusia dan kualitas dan banyaknya barang.⁴¹

40 Abu Yusuf Ya'qub Ibn Ibrahim, *Kitab al-Kharaj* (Kairo: Al-Matba'ah Salafiyyah, 1302), hlm. 132-133.

41 'Ilauddin al-Kasani, *Badāi' al-Shonāi' fi Tartib al-Syarō'i* (Kairo: Syirkah al-Mathbu'at al-'Alamiyyah, t.th.), hlm. 193.

Dari penjelasannya yang singkat dapat dimengerti bahwa ada beberapa faktor penentu yang menyebabkan nilai suatu komoditi atau jasa mengalami perubahan, yaitu keinginan manusia, perubahan harga, kualitas dan kuantitas barang.

Qadi 'Abdul Jabbar.

Nama aslinya adalah 'Abdul Jabbar Ibnu Ahmad Ibnu' Abdul Jabbar al-HamaJani al-Asadabadi, yang lahir 935 AD, Ia adalah seorang teolog *mu'tazilah*, seorang pengikut mazhab Syafi'i. Karir tertingginya adalah sebagai kepala hakim provinsi. Pada kematian Ibn 'Abbad, ia digulingkan dan ditangkap oleh penguasa. Didalam bukunya yang berjudul "*Al-Mughni fi Abwāb al-Tauhid wal 'Adl*" terdapat pembahasan mengenai harga, murah dan mahal.⁴²

Penjelasannya yang pertama mengenai definisi harga yang berarti adalah ketetapan pertukaran suatu komoditi yang akan dijual dengan jalan *ridha*. Selanjutnya, beliau membagi konsep harga kedalam 2 (dua) bagian yaitu mengenai konsep harga murah dan mahal yang terjadi di pasar. Definisi murah menurutnya adalah penurunan sejumlah harga menurut kebiasaan yang berlaku pada waktu dan tempat. Oleh karena itu, tidak dapat disamakan penurunan harga es di musim dingin sebagaimana yang berlaku di musim panas harganya menjadi murah. Selanjutnya dari sisi tempat menurutnya penurunan harga es di daerah yang dingin terhadap harga di daerah yang panas tidak dapat di perhitungankan murah. Adapun definisi mahal menurutnya adalah kenaikan harga sebagaimana kebiasaan yang berlaku di waktu dan tempat tertentu.⁴³

Dari definisi dan contoh-contoh yang disebutkan kita perlu mengetahui penyebab naik dan mahalnya harga suatu barang. Harga menjadi murah karena Allah SWT yang membanyakan komoditi atau barang pada masa itu, maka dengan kuantitas yang banyak harganya menjadi murah, Selain itu, harga menjadi murah disebabkan Allah SWT mengurangi atau menyedikitkan kebutuhan terhadap sesuatu. Sebab yang lain adalah Allah SWT mengurangi jumlah orang yang menginginkan suatu komoditi dikarenakan mengandung

42 'Abdul Jabbar, *Al-Mughni Abwāb fi al-Tawhid wal 'Adl* (Kairo: Al-Muassat al-Mishriyyah al-'Ammah li al-Ta'lif, 1965), hlm. 55-57.

43 *Ibid.*

penyakit. Sedangkan harga menjadi tinggi disebabkan Allah SWT mengurangi kuantitas komoditi atau barang dengan kebutuhan terhadap suatu komoditi atau banyaknya permintaan terhadap barang atau komoditi. Dapat dimengerti atau disimpulkan penjelasan dari Qadi 'Abdul Jabar mengenai konsep harga bahwa naik dan turunnya harga adalah Allah SWT yang menentukan. Kita wajib mematuhi-Nya dan mensyukuri segala nikmat yang telah diberikan oleh-Nya.

Yahya Ibnu Umar.

Yahya bin Umar merupakan salah seorang *fuqāha* madzhab Maliki. Ulama bernama lengkap Abu Bakar Yahya bin Umar bin Yusuf al-Kannani al-Andalusi lahir pada tahun 213H/828M, beliau dibesarkan di Cordova, Spanyol. Seperti para cendekiawan muslim terdahulu, beliau berkelana ke berbagai negeri untuk menuntut ilmu setelah di Andalus berguru kepada Abdul Malik bin Hubaib (238 H/ 852 M). Pada mulanya, ia singgah di Mesir yang waktu itu menjadi kiblat *fiqh* Maliki, disana ia berguru kepada para pemuka sahabat Abdullah bin Wahhab al-Maliki, Abdurrahman bin Qasim, dan Asyhab bin Abdul Aziz yang mana mereka menjadi peletak dasar pondasi-pondasi madzhab Maliki, diantaranya kepada Yahya bin Abdullah bin Bukair (231 H/ 845 M), Abi Zaid bin Abi al-Ghamr (234 H/ 848 M), al-Harits bin Miskin (250 H/ 864 M), Abi Ishaq al-Barqi (245 H/ 859 M), dan Abi al-Thohir ibn al-Sarrah (250 H/ 864 M). Di Mesir dia juga mempelajari madzhab Assyafi'i dari muridnya yang bernama Ibn Yahya (243 H/ 857 M). Setelah itu, beliau pindah ke Hijaz dan berguru ke berbagai ulama, diantaranya kepada Abu Mus'ab Ahmad ibn 'Auf az-Zuhri (242 H/ 856 M). Akhirnya, Yahya bin Umar menetap di Qairuwan, Afrika, disaat Abdusaalam bin sa'id (240 H/ 854 M) yang terkenal dengan sebutan *Sahnun* menjabat sebagai *qhādi*.⁴⁴ Adapun karangannya yang terkait dengan konsep harga dapat ditemukan dalam kitab *Ahkām Assûq*.

Yahya bin Umar melihat bahwa harga terbentuk melalui mekanisme pasar, ketika persediaan sedikit maka harga akan mahal, dan ketika persediaan sebanding dengan kebutuhan masyarakat maka harga akan kembali normal. Menurut ungkapan beliau bahwa sedikit atau banyaknya persediaan

⁴⁴ Muhammad bin Ali Makki, *Muqoddimah Kitab Ahkām Assûq li Yahya bin Umar* (t.tp.: Majallah al-Ma'had al-Mishri, 1956), hlm. 16.

barang merupakan kekuasaan Allah SWT, dan begitu juga dengan harga. Jika orang bertaqwa dan melaksanakan Sunnah Nabi Muhammad SAW maka Allah SWT akan menjamin *rizqi* mereka.

"kamu mengira bahwa jika mereka tidak mengikuti harga yang ada maka akan menghawatirkan kepada masyarakat secara umum. Jawabannya adalah seharusnya orang Islam berpegangan terhadap Sunnah dan mengikuti Sayyidul 'Alamin dan Imamul Muttaqin Salawatullah 'Alaihim, jika mereka melakukan hal itu kemudian menyamai Sunnah maka akan datang kepada mereka dari Tuhan Yang Maha Mulia apa yang mereka senangi, ini telah dijelaskan oleh Tuhan Yang Maha Agung kepada kita dalam kitab-Nya, Allah Yang Maha Agung keagungan-Nya dan Maha Suci nama-Nya dan Maha Agung dengan mulianya keagungan-Nya berfirman, "Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.» Dan Allah berfirman, "dan sekiranya mereka sungguh-sungguh menjalankan (hukum) Taurat dan Injil dan (al-Quran) yang diturunkan kepada mereka dari Tuhannya, niscaya mereka akan mendapat makanan dari atas dan dari bawah kaki mereka".⁴⁵

Yahya di dalam kitabnya *Ahkâm Assûq* juga menyinggung terkait pengaruh harga terhadap permintaan dan penawaran. Ketika produsen/penjual menginginkan laba yang banyak dengan menetapkan harga yang tinggi pada barang yang ditawarkan maka dia akan kesulitan mendapatkan konsumen/pembeli barang tersebut, menurutnya harga berbanding lurus dengan penawaran, namun tidak demikian dengan permintaan karena permintaan akan meningkat jika harganya murah. Sebagaimana yang beliau ungkapkan ketika ada seorang importir yang menginginkan barangnya cepat habis sehingga dia bisa cepat pulang ke negaranya, namun dia menetapkan harga terlalu mahal terhadap barang dagangannya, *"kurangilah harganya separuh atau seperempat, maka makananmu akan habis, dan kamu bisa pulang segera ke kotamu, karena yang kau sebutkan tadi tentang iqamah dan kemelaratan adalah kamu menginginkan menjualnya dengan laba besar sedang kamu juga ingin segera pulang ke negaramu, hal ini tidak mungkin karena dapat menyulitkan orang-*

45 Muhammad bin Ali Makki, *Muqoddimah Kitab Ahkâm Assûq...*, hlm. 49.

orang miskin".⁴⁶ Dalam kasus ini, Yahya menjelaskan adanya ketidakseimbangan pasar atau *inequilibrium* pasar, sebab pada kasus tersebut apa yang dikehendaki pedagang tidak sama dengan apa yang dikehendaki konsumen atau pembeli.

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi harga pasar menurutnya. *Pertama*, persediaan barang sebagaimana yang beliau jelaskan, "karena akan merugikan masyarakat umum, disebabkan akan langkanya buah tersebut ketika sudah tiba musimnya, dan menyebabkan harganya mahal."⁴⁷ *Kedua*, geografi atau tempat. Menurut Yahya harga di dua tempat yang berbeda tidaklah sama, karenanya tidak bisa dibuat ukuran atau perbandingan, sebagaimana jawaban beliau ketika ditanya, "apakah harga di pasar Mesir mengikuti harga di pasar Madinah? Kemudian Yahya menjawab, menurutku tidak demikian, dan aku tidak melihat pasar di Mesir kecuali memang berbeda dengan pasar di qoiruwan."⁴⁸

Ketiga, waktu konsumsi. Ketika suatu barang banyak dijual-belikan sebelum waktu yang layak untuk dikonsumsi maka akan menyebabkan barang yang sama yang dijual ketika layak untuk dikonsumsi harganya menjadi lebih mahal. Beliau melarang untuk melakukan hal itu sebagaimana jawaban beliau ketika ditanya tentang penjualan buah-buahan yang masih belum layak dikonsumsi, "jika memang sudah banyak dilakukan di negara mereka maka tidak apa-apa, namun jika jarang dilakukan, maka sebaiknya dilarang untuk memetikinya sebisa mungkin, karena membahayakan masyarakat umum, karena demikian menyebabkan penjualan ketika matang akan semakin mahal harganya."⁴⁹

Keempat, kualitas barang. Barang sejenis harganya bisa berbeda-beda, meski dalam Islam jika suatu barang ditukarkan dengan sejenisnya maka di syaratkan *tamatsul* (sama ukurannya) meski kualitasnya berbeda. "Dikatakan kepada Malik: seseorang datang dengan membawa makanannya, makanan itu tidak bagus makanya dia menjual dengan harga yang lebih murah dari yang lain yang barangnya bagus, kemudian para pedagang bilang padanya apakah kau mau menjual dengan harga yang sama atau kau keluar dari pasar? Malik berkata, tidak ada kebaikan akan hal ini".⁵⁰ Kualitas barang juga menentukan harga barang. Yahya

46 Muhammad bin Ali Makki, *Muqoddimah Kitab Ahkâm Assûq...*, hlm. 78.

47 *Ibid.*, hlm. 52.

48 *Ibid.*, hlm. 50.

49 *Ibid.*, hlm. 52.

50 *Ibid.*, hlm. 74.

mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen berhubungan positif dengan kualitas barang yang dibelinya, ketika kualitas barang yang ditransaksikan bagus maka konsumen akan lebih puas dibanding ketika barang yang ditransaksikan tidak bagus.

Ibnu Taimiyah.

Nama sebenarnya adalah Taqī ad-Dīn Abu l-'Abbās Ahmad ibn 'Abd al-Halīm ibn 'Abd as-Salām Ibn Taymiya al-Harrānī yang dilahirkan di Harran pada tahun 1263 Masehi. Kontribusinya di bidang pemikiran ekonomi Islam dapat diketahui melalui bukunya yang berjudul "*Majmu al-Fatawa*" ada "*Siyasa al-Syar'iyah*."

Menurut Ibn Taimiyyah bahwa sesungguhnya sesuatu yang meningkat permintaannya, harganya pun akan meningkat begitupun sebaliknya jika sedikit permintaannya dan hal ini berkaitan dengan sedikit dan banyaknya kebutuhan atau kuat dan lemahnya kebutuhan. Maka ketika semakin banyak dan kuatnya kebutuhan akan sesuatu maka akan meningkatkan harga dibandingkan ketika sedikit dan lemahnya kebutuhan yang tidak meningkatkan harga.⁵¹ Selanjutnya menurutnya keinginan manusia mempunyai banyak perbedaan dan keragaman, yaitu:

1. Dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta, manusia menginginkan barang ketika kuantitasnya sedikit dibandingkan kuantitasnya yang banyak.
2. Dengan banyak dan sedikitnya permintaan, ketika banyak permintaannya maka harganya akan naik berbanding terbalik ketika sedikit permintaannya.
3. Berdasarkan sedikit dan banyaknya kebutuhan, dan kuat dan lemahnya kebutuhan, maka ketika banyaknya kebutuhan dan kuatnya kebutuhan, harga akan naik berbanding terbalik dengan sedikit dan lemahnya kebutuhan yang tidak meningkatkan harga.

Selain itu, beliau mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan (*zulm*) yang dilakukan oleh individu tertentu. Jadi, ketika keinginan meningkat sementara ketersediaannya berkurang, maka harganya naik. Di sisi lain, jika persediaan meningkat dan keinginan terhadap barang menurun, maka harga akan

51 Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatāwā Shaikh al-Islām*, Juz 29 (Riyadh: Makhtab al-Riyadh, 1963), hlm. 524.

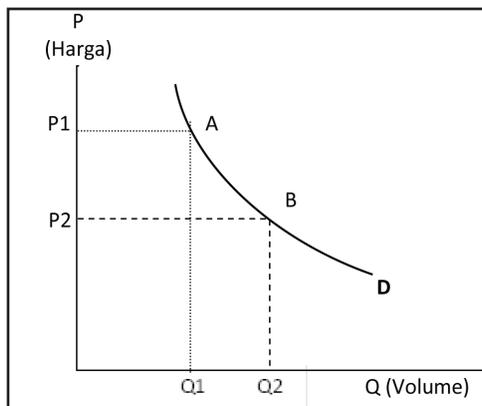
turun. Dengan demikian, penyebab harga tidak hanya karena ketidakadilan, tetapi juga dari aspek lain atau komponen yang menjadi keinginan manusia diciptakan oleh Allah SWT.⁵²

Perbandingan Konsep Harga: Ekonomi Islam dan Barat.

Dari penjelasan sebelumnya terlihat bahwa faktor-faktor penentu harga yang dikonsepsikan oleh para pemikir Islam dahulu saat ini masih memiliki kesamaan dari apa yang telah dikembangkan oleh mazhab ekonomi yang berkembang di Barat. Adapun yang membedakannya dalam masalah fondasi falsafah keilmuannya yang mana dalam ekonomi Islam tidak bebas nilai (*value neutral*). Secara ontologi, penentuan harga itu melalui mekanisme pasar yang mana keputusan akhirnya semuanya pada ketentuan takdir Allah. Ekonomi Barat telah melepaskan pengaruh Tuhan dalam aktivitas kehidupan manusia, termasuk dalam penentuan harga.

Secara umum para ulama sepakat bahwa harga ditentukan oleh dua yaitu penawaran dan permintaan barang dan jasa. Namun berbeda dengan faktor-faktor penentu lainnya seperti kualitas dan kuantitas barang dan jasa, geografi atau tempat, waktu konsumsi dan lainnya. Misalnya, pendapat Yahya bin Umar mengenai hukum permintaan dan penawaran yang prinsipnya tidak jauh berbeda dengan hukum permintaan dan penawaran yang terdapat dalam literatur pemikiran ekonomi Barat.

Gambar 1: Kurva Permintaan Pasar.



Bahwa jika harga barang yang ditawarkan berada di P1 maka jumlah yang ditawarkan adalah Q1, dan jika harga berada di P2 maka jumlah yang ditawarkan sebesar Q2. Hubungan antara

52 Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatāwā Shaikh al-Islām*, Juz. 8..., hlm. 583.

harga dan jumlah komoditi yang ditawarkan mempunyai adalah positif, yang jika dinyatakan dalam formulasi sederhana maka akan membentuk rumus berikut:

$$S = Q f(P)$$

Formulasi ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi adalah positif, apabila $P \uparrow$ maka $Q \uparrow$ dan begitu sebaliknya apabila $P \downarrow$ maka $Q \downarrow$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa hukum penawaran mengatakan jika harga komoditi naik maka akan merespon kenaikan jumlah komoditi yang ditawarkan.

Menurut Yahya, harga pada dasarnya terbentuk melalui *sunnatullah* yang berarti *hukmullah al-khalqiyah* (hukum Allah dalam penciptaan) atau secara sederhana diistilahkan dengan hukum alam melalui kekuatan permintaan dan penawaran atau persediaan barang di pasar. Beliau berkata, "*kamu mengira bahwa jika mereka tidak mengikuti harga yang ada maka akan mengawatirkan kepada masyarakat secara umum. Jawabannya adalah seharusnya orang Islam berpegangan terhadap Sunnah dan mengikuti Sayyidul 'Alamin dan Imamul Muttaqin Salawatullah 'Alaihim, jika mereka melakukan hal itu kemudian menyamai Sunnah, maka akan datang kepada mereka dari Tuhan Yang Maha Mulia apa yang mereka senang.*"⁵³

Namun yang paling penting untuk dipahami adalah bahwa seluruh mekanisme penentuan harga itu ada dan terus berlaku, tetapi penentu akhir dari perubahan harga itu adalah Tuhan (Allah). Dalam ekonomi Islam *tawhid* adalah fondasi utama yang mengarahkan manusia untuk seluruh kegiatan ekonomi. Karena fondasi dasar hukum dalam konsep harga dasar ekonomi Islam adalah hukum Allah SWT di alam ini, bukan alam itu sendiri yang menjadikan dasar hukum ekonomi dalam falsafah Barat.

Kesimpulan.

Dari hasil kajian terkait pemikiran-pemikiran tokoh atau ulama dahulu terkait konsep penentu harga dalam perekonomian Islam secara umum sepakat bahwa proses penentuan harga dibentuk oleh permintaan dan penawaran yang kemudian membentuk harga dan volume transaksi. Selain itu faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi mekanisme harga adalah persediaan barang, geografi atau tempat, waktu konsumsi, kualitas barang, kuantitas

53 Muhammad bin Ali Makki, *Muqoddimah Kitab Ahkâm Assûq...*, hlm. 49.

serta biaya. Adapun perbandingan dengan pemikitan ekonomi Barat dan Islam, keduanya mempunyai kesamaan pandangan terkait hukum penawaran dan permintaan harga di pasar dan perbedaannya adalah pada aspek *worldview* atau cara pandang dunia dalam memahami konsep harga tersebut. Secara aspek falsafah dan dasar ilmu, konsep penentuan harga dalam Islam berbeda dengan pandangan sekuler. Harga dalam pandangan Islam ditentukan oleh kehendak Allah melalui penciptaan situasi dan keadaan, sedangkan pandangan pemikiran ekonomi Barat harga akan menemukan dan menyesuaikan sendiri secara alamiah melalui mekanisme pasar. Sehingga, pandangan Barat yang sekuler telah meniadakan peranan Tuhan dalam penentuan harga baik secara khusus maupun umumnya dalam seluruh aktivitas ekonomi.

Daftar Pustaka.

- al-Kasani, 'Ilauddin. *Badāi'u al-Shonā'i fī Tartīb al-Syarō'i*. Kairo: Syirkah al-Mathbu'at al-'Alamiyyah. t.th.
- Bachtiar, Wardi. *Metode Penelitian Dakwah*. Jakarta: Logos, Wacana Ilmu. 1999.
- BAL, Faruk. "İktisat Kaynağı Olarak Hısb-e Literatürü ve Yahya B. Ömer El Endülğsi 'Nin Ahkâm'ssük Adlı Eseri." *Electronic Turkish Studies* 8, no. 12 (2013): 133-149.
- Bashar, Muhammad Lawal Ahmad. "Price Control in an Islamic Economy." *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics* 9 (1997): 29-52.
- Case, Karl E., Ray C. Fair. *Prinsip-prinsip Ekonomi*. terj. Y. Andri Zaimur. Jakarta: Erlangga. 2007.
- Eatwell, John, Murray Milgate, Peter Newman (eds.). *The Invisible Hand*. London: Macmilan Press Limited. 1989.
- Friedman, Milton. *Price Theory*. Chicago: Aldin Publication. 1970.
- Ghazanfar, S. M. "History of Economic Thought: The Schumpeterian Great Gap, the Lost Arab-Islamic Legacy, and the Literature Gap." *Islamic Studies* 6, no. 2 (1995): 234-253.
- Haidar, Ali. *Durarul Hukkam Syarh Majallah al-Ahkam*. Juz. 1. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah. t.th.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002.
- Hoetoro, Arif. *Ekonomi Islam: Pengantar Analisis Kesejarahan dan Metodologi*. Malang: Bayu Media. 2007.

- Ibn Ibrahim, Abu Yusuf Ya'qub. *Kitab al-Kharaj*. Kairo: Al-Matba'ah Salafiyah. 1302.
- Islahi, Abdul Azim. "Market Mechanism in Islam: Historical Perspective." *Journal of Islamic Economics* 1, no. 6 (1995): 1-13.
- Jabbar, 'Abdul. *Al-Mughni Abwāb fi al-Tawhid wal 'Adl*. Kairo: Al-Muassat al-Mishriyyah al-'Ammah li al-Ta'lif. 1965.
- Kallek, Cengiz. "Islâm'da Pazar Ahlâk ve Yahyâ b. Ömer el-Kinânî ;Islamic Market Ethics and Yahyâ ibn 'Umar al-Kinânî." *Turkish Journal of Business Ethics* 1, no. 1 (2008): 9-30.
- Krispendoff, Klaus. *Analisis Isi Pengantar dan Teori Metodologi*. Jakarta: Rajawali Press. 1993.
- Makki, Muhammad bin Ali. *Muqoddimah Kitab Ahkâm Assûq li Yahya bin Umar*. t.tp.: Majallah al-Ma'had al-Mishri. 1956.
- Marx, Karl. *Das Capital: volume III*. London: Penguin UK. 1992.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. terj. Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI-PRESS. 1992.
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2006.
- Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1988.
- Rahardja, Prathama, Mandala Manurung. *Pengantar Ilmu Ekonomi, Mikroekonomi & Makroekonomi*. Jakarta: Salemba Empat. 2008.
- Reksoprayitno, Soediyono. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2000.
- Roover, Raymond De. "Monopoly Theory Prior to Adam Smith: A Revision." *The Quarterly Journal of Economics* 65, no. 4 (1951): 492-524.
- _____. "The Concept of the Just Price: Theory and Economic Policy." *The Journal of Economic History* 18, no. 4 (1958): 418-434.
- Rothschild, Kurt W. "Price Theory and Oligopoly." *The Economic Journal* 57, no. 227 (1947): 299-320.
- Sarnowo, Henry, Danang Sunyoto. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Jakarta: CAPS. 2013.

- Smith, Adam. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations (abridged)*. Abridged with commentary and notes by Laurence Dickey. USA: Hackett Publishing. 1993.
- _____. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. Edwin Cannan. Chicago: University of Chicago Press. 1977.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2013.
- Suprayogo, Imam. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2001.
- Taimiyah, Ahmad Ibnu. *Majmū' al-Fatāwa*, Juz. 29. Riyadh: Darul Ilm al-Kutub. 1991.
- Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1995.

