

KONSEP HARGA PASAR DALAM ISLAM (DHAMAN AL-MITHL)

Syahpawi

Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau

Abstract

The concept of price marketing in Islam: This article discuss concept the price of marketing in Islam (dhaman al-mithl) what consisted of antecedent, understanding, market price mechanism, price pixing in marketing, governmental convoy and conclusion. This study concludes concept the price of in conventional hardly differs from system done by Islam. Islam looks into the price of marketing determined by two factors: based on tabii law and syari'i law. Tabii law as according to offer and request while punishing syari'i the importance of there are observation from government as control the price of in marketing if happened brutality.

Keywords: Price Marketing, Bargaining, Price Pixing.

Pendahuluan

Mekanisme harga dalam pasar merujuk kepada proses bagaimana harga pasar ditentukan. Harga boleh didefinisikan sebagai nilai sesuatu barang atau perkhidmatan dalam ukuran wang. Dalam proses jualbeli, harga merupakan nilai pertukaran antara pembeli dan penjual.

Harga dianggap penting dalam proses jualbeli kerana ia berfungsi sebagai memberi isyarat dan insentif kepada pengguna dan pengeluar untuk penggunaan dan pengeluaran. Misalnya bila harga suatu barang akan mengalami kenaikan, maka ianya akan memberi insentif kepada pengguna untuk mengambil alternatif kepada barang yang lebih murah. Sebaliknya, kenaikan harga mendorong kepada pengeluar untuk meningkatkan pengeluarannya.

Dalam pandangan Islam harga merupakan rukun daripada jualbeli, dimana jualbeli dianggap sah apabila memenuhi empat syarat iaitu adanya penjual, pembeli, harga dan akad persetujuan. Islam memandang bahawa penetapan harga merupakan hak bagi perilaku

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

pasar, dimana pada dasarnya harga berjalan sesuai dengan permintaan dan penawaran, hal ini berlaku apabila pasar dalam keadaan normal, maka akan berlaku kesetaraan harga (*thaman al-mithl*).

Perlakuan yang tidak adil dalam pasar akan membawa kepada ketidakadilan dalam pasar sehingga akan terjadi ketimpangan harga, kejadian seperti ini akan mengundang kepada kerajaan untuk berperananaktif dalam menentukan harga pasar. Hal ini berlaku jika kenaikan harga adalah kerana penahanan dan keengganan pedagang untuk menjual barangannya atau kerana wujudnya monopoli bagi sesuatu barangan, maka harga mesti dikawal supaya penjual dapat menjual pada harga yang lebih wajar, pendapat ini didukung oleh Imam Malik, Ibn Taimiyah, Al-Ghazali dan Al-Mawardi.

Dalam keadaan normal, kawalan ke atas harga tidak dibenarkan oleh syarak. Nabi pernah menolak permintaan penduduk Madinah untuk campur tangan bagi mengelakkan kenaikan harga. Fuqaha' juga menilai bahawa larangan penetapan harga ini hanya benar bagi pasar dalam keadaan normal sahaja. Diambilnya kawalan kerajaan dalam menetapkan harga adalah bertujuan untuk mengelakkan daripada terjadinya kezaliman di pasar supaya terjadinya harga pasar yang setara (*thaman al-mithl*).

Pengertian

Dalam konsep yang paling sederhana elastisitas harga dari permintaan adalah persentase perubahan jumlah yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga.¹ H.H. Liebhafsky, Jur, mengatakan bahawa teori harga didefinisikan adalah satu artian terbatas yang diberikan kepada perkataan atau lambang.²

Disamping Abu Yusuf memberi pengertian tentang harga, ia mengatakan bahawa harga adalah *suatu ketetapan untuk menentukan tinggi*

¹ William A. McEachern, *Economics: A Contemporary Introduction*, (South-Western College Publishing : Division of Thomson Learning, 2001), hlm. 3.

² HLM.HLM. Liebhafsky, Jur, *The Nature of Price Theory*, (Texas : The Dorsey Press, 1963), hlm. 4

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

atau rendahnya suatu barang.³ Di samping itu dalam teori konvensional harga juga diertikan sebagai mencerminkan kepada nilai faedah marginal yang diperoleh daripada sesuatu barang.⁴

Mekanisme Harga Pasar

Sebelum menjelaskan tentang mekanisme harga pasar lebih baik diketahui tentang teori yang berhubungan dengan harga. Teori Harga dikatakan sebagai “kantong” alat-alat, hal ini pernah dikemukakan oleh Profesor Joseph Schumpeter yang mendefinisikan teori ekonomi sebagai “Teknologi” daripada ilmu ekonomi.⁵ Teknologi adalah fungsi pembuatan alat dan pemakaian alat. Sebagai cabang khusus daripada teori ekonomi, maka teori harga pun pada umumnya antara lain adalah bertalian dengan perbuatan dan pemakaian terhadap alat.⁶ Harga boleh difenisikan sebagai nilai sesuatu barang atau perkhidmatan dalam ukuran wang.⁷

Teori harga merupakan teori ekonomi yang menerangkan perilaku harga pasar barang-barang dan jasa-jasa individual. Inti dari

³ Abu Yusuf tercatat sebagai ulama yang pertama membicarakan mekanisme pasar, misalnya ia memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman saat ini mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan naik dan bila banyak barang maka harga akan turun. Pemahaman pada zaman Abu Yusuf tentang hubungan antara harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva permintaan sahaja. Lihat Abu Yusuf, *Al-Kharaj*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1979), hlm. 48

⁴ Semakin tinggi faedah marginal (kerelaan membayar untuk tambahan satu unit barang), maka semakin tinggi harga yang rela dibayar oleh pengguna. Berdasarkan hukum faedah marginal berkurangan, faedah marginal adalah lebih tinggi bila jumlah barang yang digunakan itu sedikit. Lihat Radiah Abdul Kader, *Ekonomi Islam*, (Kuala Lumpur : Univision Press, 2001), hlm. 70-71.

⁵ Joseph A. Schumpeter, *A History of Economic Analysis*, (Landon : George Allen & Unwin, Ltd., 1945), hlm. 6-20

⁶ HLM.HLM. Liebhafsky, Jur, *The Nature of Price Theory*, (Texas : The Dorsey Press, 1963), hlm. 3

⁷ Radiah Abdul Kader, *Ekonomi Islam*, (Kuala Lumpur: Univision Press, 2001), hlm. 70

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

teori harga adalah *harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran*.⁸

Adam Smith mengatakan bahwa sesungguhnya pekerjaan itu merupakan suatu ukuran yang hakiki bagi nilai harga sama barangan yang ditukarkan dengan barang-barang yang lain.⁹

Mekanisme harga merujuk kepada proses bagaimana harga pasar ditentukan. Dalam proses jualbeli, harga merupakan nilai pertukaran antara pembeli dan penjual. Harga dianggap penting karena ia berfungsi memberi isyarat dan insentif kepada pengguna dan pengeluar untuk penggunaan dan pengeluaran. Misalnya, bila harga sesuatu barang naik, ia memberi insentif kepada pengguna untuk beralih kepada alternatif yang lebih murah. Sebaliknya, kenaikan harga mendorong firma untuk meningkatkan pengeluaran.

Perjalanan firma di sesebuah negara Islam bukan saja dianggap Islam karena pengaruh dan semangat Islam yang benar-benar meresap di jiwa setiap pengeluar,¹⁰ tetapi juga karena penguatkuasaan hukum dan norma Islam yang dilaksanakan oleh pemerintah. Di samping memenuhi tanggungjawab terhadap Allah, pengeluar Islam juga bertingkah laku dalam keadaan yang boleh menyenangkan orang lain baik pengguna maupun orang ramai. Tanggungjawab terhadap orang lain inilah yang melahirkan kerjasama dari aspek peruntukan dan pengagihan semula sumber.¹¹ Dalam konteks yang lebih luas, kerjasama melibat antara pengeluar dengan pengeluar dan pengeluar dengan pengguna.

Dari sudut *fiqh al-muamalah* pula, harga adalah penting karena ia merupakan salah satu rukun jualbeli, dimana sesuatu transaksi jualbeli

⁸ Soediyono Reksoprayitno, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 49

⁹ Adam Smith, *The Wealth of Nations*, Edwin Cannon (ed), (Landon: Methuens, 1961), hlm. 38.

¹⁰ Semangat ini diperkukuhkan dengan pengaruh pengguna dalam mencorakkan bentuk kepenggunaan Islam.

¹¹ M. Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktis*, Jil. I, (Kuala Lumpur: A.S Noorden, 1989), hlm. 149

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

dianggap sah apabila memenuhi empat syarat iaitu adanya penjual, pembeli, harga dan akad persetujuan (*sighab*).¹²

Pertimbangan firma terhadap kesejahteraan orang lain akan mengubah suasana keseimbangan pasar. Oleh sebab itulah Choudhury,¹³ dan Siddiqui¹⁴ mengambil kos purata dan hasil purata dalam menentukan keseimbangan firma. Begitu juga Mannan, lebih cenderung menerima konsep purata.¹⁵

Penentuan Harga dalam Pasar

Menurut perspektif Barat, transaksi pasar terjadi apabila kedua belah pihak di pasar telah mencapai suatu persetujuan mengenai tingkat *harga* dan *barang* dari transaksi tersebut. Sebelum ada persetujuan antara kedua belah pihak tersebut, tidak akan terjadi transaksi. Persetujuan ini tercapai apabila apa yang dikehendaki pembeli sama dengan apa yang dikehendaki penjual. Secara grafik, persetujuan ini tercapai apabila *keluk permintaan berpotong dengan keluk penawaran*, sebab hanya pada posisi inilah apa yang dikehendaki pembeli sama dengan apa yang dikehendaki penjual.¹⁶

Persetujuan tercapai pada posisi E dengan harga transaksi P dan barang transaksi Q. Transaksi terjadi : pembeli membayar kepada penjual dengan harga P per unit barang dan penjual menyerahkan sebanyak Q unit.

Posisi ini diberi nama posisi *keseimbangan pasar* atau *equilibrium pasar*. Disebut posisi “**keseimbangan**” karena pada harga tersebut, jumlah yang diinginkan dibeli konsumen sama dengan jumlah yang ingin dijual oleh produsen, tidak ada kelebihan ataupun kekurangan barang. Disebut posisi “keseimbangan” ini juga karena ciri yang lain,

¹² Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtabid*, hlm. 95

¹³ M.A. Choudhury, *Contributions to Islamic Economic Theory: A Study in Social Economics*, (Hong Kong: The MacMillan Press Ltd, 1986), hlm. 34

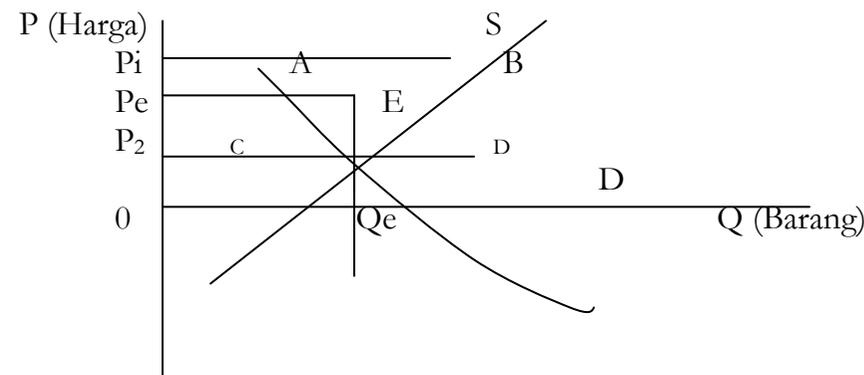
¹⁴ Siddiqi, *The Economic Enterprise in Islam*, (Lahore: Islamic Publications Ltd, 1979), hlm. 150

¹⁵ M. Mannan, *Ekonomi Islam...*, hlm. 147

¹⁶ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 45

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

yaitu bahwa pada posisi ini tidak ada kecenderungan bagi tingkat harga maupun transaksi barang untuk berubah kecuali, tentu sahaja apabila keluk D dan S itu sendiri berubah posisinya, dan ini bererti bahwa posisi keseimbangan itu sendiri juga berubah.¹⁷



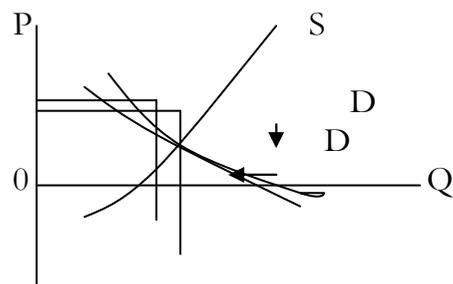
Di Barat, seperti kata Schumpeter¹⁸, sebelum pertengahan abad ke-18 tidak banyak diketahui tentang teori mekanisme harga. Dalam teori ekonomi konvensional, harga bagi pengguna mencerminkan nilai faedah¹⁹ marginal yang diperolehi daripada sesuatu barang. Semakin tinggi faedah marginal (kerelaan membayar untuk tambahan satu unit barang), maka semakin tinggi harga yang rela dibayar oleh pengguna. Berdasarkan hukum faedah marginal berkurangan, faedah marginal adalah lebih tinggi bila jumlah barang yang digunakan itu sedikit. Oleh sebab itu, bila kuantitas yang digunakan sedikit pengguna yang rela

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 45

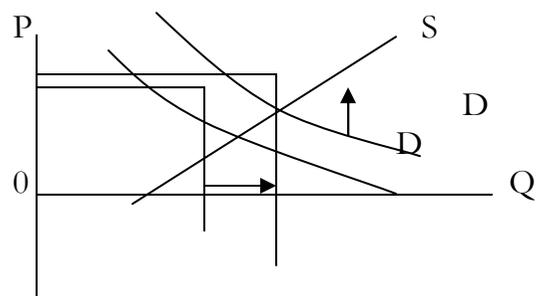
¹⁸ J.A. Schumpeter, *History of Economics Analysis*, (Landon : George Allen and Unwin Ltd, 1972), hlm. 305. lihat Surtahman kastin Hasan, “Ekonomi Islam Dasar dan Amalan”, hlm. 80.

¹⁹ Faedah dapat didefinisikan sebagai bayaran yang dibayar oleh peminjam kepada pemberi pinjaman ke atas modal yang digunakan. Bayaran tersebut boleh dilihat sebagai bentuk sewaan yang dibayar oleh peminjam kepada pemberi pinjaman, sebagai gantirugi ke atas kehilangan modal yang boleh digunakannya semasa modal itu dipinjamkan kepada peminjam tersebut. Lihat Stephen G. Kellison, *The Theory of Interest*, Penterjemah Zein Isma Ismail, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989), hlm. 1.

membayar harga yang tinggi. Kerelaan membayar berkurangan bila kuantitas yang digunakan bertambah. Fenomena ini yang ditunjukkan oleh keluk permintaan pengguna yang bercerun negatif.



Bagi pengeluar pula, harga mencerminkan kos marginal mengeluarkan sesuatu barang. Semakin banyak kuantitas yang hendak ditawarkan, semakin tinggi kos marginal yang akan terlibat. Oleh karena itu pengeluar hanya akan menambah kuantitas ditawarkan jika harga barang meningkat dan ini ditunjukkan oleh keluk penawaran yang bercerun ke atas dari kiri ke kanan.



Harga keseimbangan pasar ditentukan melalui proses tawar-menawar antara pengguna dan pengeluar dan tercapai apabila kuantitas yang sanggup diminta oleh pengguna bersamaan dengan kuantitas ini nilai faedah marginal pengguna bersamaan dengan kos marginal pengeluar. Bila harga berada pada keseimbangan tiada tekanan untuk ia turun atau naik.

Harga-harga keseimbangan menimbulkan kesamaan dalam kuantitas yang diminta dan kuantitas yang ditawarkan. Perlu diingatkan bahwa harga-harga keseimbangan mempunyai dua ciri-ciri penting :

1. Mereka adalah harga-harga yang secara spontan akan menimbulkan dirinya melalui tindakan kuasa permintaan dan penawaran.
2. apabila tertumbuh, mereka akan teguh kecuali kuasa-kuasa permintaan dan penawaran sendiri berubah.²⁰

Operasi hukum permintaan dan penawaran yang menyatakan bahwa *harga suatu barangan ekonomi cenderung mengahala ke titik di mana permintaan berkesan terhadapnya menyamai penawaran.*²¹

Penggunaan perkataan cenderung di dalam kenyataan hukum adalah penting. Hukum tersebut tidak mengatakan bahwa sesuatu harga akan sentiasa berada di titik keseimbangan. Apa yang disebut ialah bahwa kuasa-kuasa permintaan dan penawaran bekerja kearahnya. Perlu diingat bahwa kita bukanlah hidup di dalam dunia yang static, tanpa perubahan di mana syarat-syarat permintaan dan penawaran adalah stabil.

Kesamaan penawaran dan permintaan adalah satu-satunya syarat keseimbangan yang diperlukan untuk terciptanya posisi keseimbangan²², namun masih ada suatu syarat tambahan yang harus dipenuhi agar supaya keseimbangan itu merupakan keseimbangan yang stabil, yaitu keseimbangan kearah mana nilai daripada variabel-variabel cenderung untuk kembali setelah terjadi suatu penyimpangan kecil.

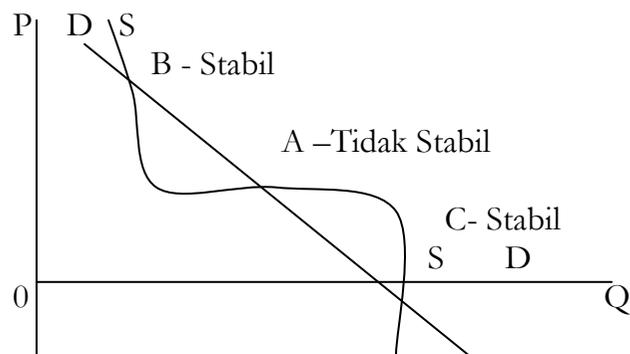
Menurut Walras, keseimbangan itu akan stabil jika disebelah kiri titik keseimbangan, misalnya titik B jumlah yang ditawarkan lebih besar daripada jumlah yang diminta, dan jika disebelah kanan titik

²⁰ Marcharan Singh Khera, *Mikroekonomi: Prinsip-prinsip dan Aplikasi-aplikasi*, (Kuala Lumpur: Khera, 1978), hlm. 117.

²¹ *Ibid.*, hlm. 117

²² J. R. Hicks, *Value and Capital*, (Oxford: Oxford University Press, 1946), Bab V, 63-64 ; Paul A. Samuelson, *The Stability of Equilibrium: Comparative Statics and Dynamics*, *Econometrica*, Vol. IX (1941), hlm. 103.

keseimbangan, jumlah yang diminta lebih besar daripada jumlah yang ditawarkan.²³ Artinya pada tingkat harga yang lebih tinggi daripada harga keseimbangan, para penjual akan menawarkan jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang hendak dibeli oleh pembeli, hal ini akan mendorong harga turun sampai tingkat keseimbangan, dan pada tingkat harga yang lebih rendah daripada harga keseimbangan, para pembeli bersedia membeli jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang hendak ditawarkan oleh para penjual, hal ini mendorong harga naik sampai ketinggian keseimbangan.²⁴



Dalam gambar di atas keseimbangan adalah stabil pada titik B dan titik C, tetapi tidak stabil pada titik A. Terjadinya gangguan pada titik A akan mengakibatkan pergeseran kepada posisi keseimbangan baru yang stabil, baik pada titik B maupun pada titik C.

Dalam Islam, penentuan harga pasar dari perspektif Islam adalah tertakluk kepada hukum tabii dan hukum syarii. Dari sudut hukum tabii, penentuan harga pasar adalah urusan Allah; yang dimaksud ia tertakluk kepada factor tabii yang mempengaruhi permintaan

²³ Leon Walras, *Elements of Pure Economics*, terjemahan William Jaffe, (Homewood, III: Richard D Irwin, Inc, 1954, hlm. 109, dalam diagram Walras sendiri, sumbu harga dan sumbu jumlah adalah kebalikan daripada yang digambarkan dalam gambar, dan dengan demikian dalam menjelaskan diagramnya ia membalik penggunaan istilah *kiri* dan *kanan* dari yang dipergunakan dalam teks di atas.

²⁴ HLM.HLM. Liebafsky, *The Nature of Price Theory*, terjemahan P. Sitohang, Hakekat Teori Harga, (Homewood: The Dorsey Press, 1963), hlm. 231

pengguna dan penawaran pengeluar. Seperti dalam teori ekonomi barat, Islam mengakui bahwa harga keseimbangan pasar ditentukan oleh kuasa-kuasa permintaan dan penawaran yang masing-masing mencerminkan nilai faedah marginal pengguna dan kos marginal pengeluar.

Oleh karena itu jika permintaan melebihi penawaran, Islam mengakui faedah marginal (MB) pengguna melebihi kos marginal (MC) pengeluar dan harga akan naik. Sebaliknya, jika permintaan kurang daripada penawaran ($MB < MC$) harga akan turun. Islam juga mengakui hukum tabii dimana harga keseimbangan tercapai bila kuantitas diminta bersamaan dengan kuantitas ditawarkan.

Di samping hukum tabii, penentuan harga keseimbangan dalam Islam juga tertakluk kepada hukum syarii yang menjamin keadilan. Harga yang adil tercapai apabila tidak berlaku kezaliman atau pengambilan hak orang lain.

Keadilan yang dituntut dalam pasar dijelaskan dalam al-Qur'an sebagai berikut :

Surah 6 : 152

... وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ...

“...Dan sempurnakanlah sukatan dan timbangan dengan adil...”

Surah 7 : 85

... فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ

... بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ...

“...Sempurnakanlah sukatan dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan hak manusia dan jangan pula membuat kerusakan di bumi setelah sempurna...”

Surah 17 : 35

... وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ...

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

“Kamu sempurnakanlah sukatan bila kamu menyukat dan timbanglah dengan timbangan yang betu...!”

Kemudaran kepada orang lain perlu dielakkan jika keadilan hendak ditegakkan. Ini kerana kemudaran akan menghalang orang yang berhak daripada mendapatkan haknya. Jika harga pasar yang ditentukan oleh hukum tabii meningkat sedangkan tidak berlaku sebarang ketiadaadilan dalam pasar maka harga tersebut adalah adil dalam pandangan Islam. Ini kerana harga keseimbangan ini telah dicapai secara tabii mengikut ketentuan Allah. Oleh hal itu kerajaan tidak harus campurtangan mengawal kenaikan harga tersebut. Berbuat demikian adalah bertentangan dengan ketentuan Allah dan mungkin akan menimbulkan kemudaran kepada pihak tertentu.

Islam membincangkan tentang persoalan keadilan amat dititikberatkan. Konsep ini bertentangan dengan perbuatan melakukan kezaliman, dimana ia memberi hak kepada mereka yang berhak. Al-Qur'an sendiri menekankan beberapa kali berkenaan dengan persoalan keadilan.²⁵

Dalam bidang ekonomi juga konsep ini amat penting. Ibn Khaldun dalam kitabnya “*Muqaddimah*”, menyatakan, keadilan adalah asas dalam ekonomi, sekiranya keadilan tidak wujud sebuah negara akan terpecah. Begitu juga Ibn Qayyim menyatakan keadilan sebagai objek utama syari'ah. Jika tidak ada keadilan keberkatan dan kewajaran akan bertukar menjadi kejahatan dan kecelakaan.²⁶

Konsep keadilan harga telah ditekankan sejak zaman Rasulullah dimana ia disebut dalam kontek pampasan (ganti rugi). Sebagai contoh dalam suatu peristiwa seorang pembesar telah membebaskan seorang hamba. Hamba tersebut kemudian bebas dan pembesar tersebut telah diberikan pampasan pada suatu harga yang setara.

Memandangkan tanggapan tentang harga yang adil telah ada sejak bermulanya tamadun (peradaban) Islam, selain daripada Ibn

²⁵ Abdul Hasan M. Sadeq, et.al, Abdul Azim Islahi, *Economic Concepts of Ibn Taimiyah*, dalam “Reading in Islamic Economic Thought”, (Malaysia : Shah Alam Longman, 1992), hlm. 120

²⁶ *Ibid.*

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

Khaldun, Ibn Taimiyah adalah pemikir Islam yang pertama yang memberikan penekanan yang terperinci mengenai keadilan harga ini. Begitu juga beliau tidak menggunakan istilah harga yang adil sebaliknya adalah harga yang setara (**thaman mithl**).²⁷

Menurut beliau harga suatu barang adalah setara jika harga yang dikenakan adalah sama dan setara dengan harga barang lain yang sama sifat-sifatnya dalam pasar pada masa dan juga tempat yang sama, contoh syarikat A menjual gula dengan harga RM 1.50 1 kg gula maka syarikat B juga harus menjual gula dengan harga RM 1.50 1 kg gula yang sejenis dan setara mutunya. Barang yang sejenis inilah disebut dengan *al-mithl*.²⁸

Keadilan harga didefenisikan oleh pemikir-pemikir Islam yang awal sebagai harga yang sama dengan barang-barang yang sama di tempat lain dalam pasar. Inilah sebab mengapa mereka menggelar keadilan harga sebagai harga yang sama (*thaman al-mithl*).

Dalam sejarah pemerintahan Rasulullah saw baginda pernah diminta supaya mengawal harga. Peristiwa itu telah diriwayatkan dalam sebuah hadis oleh Abu Daud yang bermaksud :

“Pernah berlaku kenaikan harga barang di Madinah. Seorang penduduk telah datang merayu kepada Rasulullah, “Ya, Rasulullah, kawalkanlah harga” kemudian datang seorang lain merayu perkara yang sama. Rasulullah telah menjawab dengan tegas, “oh, tidak sesungguhnya Allah sahaja yang menaikkan dan menurunkan harga dan yang memberikan rezeki. Aku lebih suka menemui Allah dengan tidak seorang pun antara kamu mengadu aku telah berlaku zalim terhadap darah dan hartanya”.

Dalam peristiwa ini Rasulullah saw tidak mahu mengawal harga kerana baginda tahu bahawa kebanyakan barang yang dijual di Madinah adalah barangan import. Kenaikan harga yang berlaku adalah

²⁷ Monzer Kahf, *The Economic Views of Ibn Taimiyah*, dalam “al-Ittihad, July-September 1981, Vol. 18. no 5, hlm. 11

²⁸ Mustafa Ahmad az-Zarqa', *Al-Madkhal al-Fiqhi al-'Am*, (Beirut : Dar al-Fikr, 1946), Jilid III, hlm. 132-137, dan lihat juga Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV, 50-51

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

berpunca daripada harga barang import yang sememangnya mahal, dan bukan disebabkan oleh tindakan penjual yang sengaja menaikkan harga di pasar. Jika Rasulullah saw mengenakan kawalan harga ini mungkin akan merugikan penjual yang telah membayar harga yang tinggi untuk mendapatkan bekalan. Kawalan harga juga boleh menyebabkan kekurangan bekalan dalam pasar dan ini akan memburukkan lagi keadaan.

Perkara di atas telah dijelaskan oleh Ibn Taimiyah dalam kitabnya *Al-Hisbah fil Islam*, yang maksudnya seperti berikut:

*“Kenaikan dan kejatutan harga bukan selalu berpunca daripada kezaliman sesetengah manusia. Kadangkala ianya disebabkan oleh kekurangan pengeluaran dan kejatutan jumlah barangan import untuk penggunaan masyarakat. Dengan itu sekiranya permintaan ke atas barangan meningkat manakala penawaran mengalami kejatutan, maka harga akan naik. Begitu juga sebaliknya, apabila penawaran barangan meningkat, dan pada masa yang sama permintaan menurun, harga akan jatuh. Kekurangan dan kelebihan ini bukan semestinya berasal dari perbuatan manusia. Ianya mungkin disebabkan oleh keadaan yang bebas dari factor kezaliman tetapi memang kadang-kadang ada juga kemungkinan disebabkan kezaliman. Hanya Allah swt yang Maha Mengetahui”.*²⁹

Menurut Ibn Taimiyah kezaliman yang menyebabkan perubahan harga meliputi sebarang bentuk penyelewengan yang sengaja dilakukan oleh mana-mana pihak supaya harga memihak kepada mereka. Salah satu contoh ialah tindakan monopoli (*ikhtikar*), iaitu perbuatan menyorok, menahan barang atau tindakan membekukan penjualan sesuatu jenis barang supaya berlaku kekurangan penawaran dalam pasar yang akan menyebabkan harga naik.

Larangan monopoli dijelaskan dalam hadis Rasulullah saw yang bermaksud :*“Barangsiapa menyorok barang dengan tujuan melipatgandakan harga ke atas orang lain adalah satu kesalahan”*. (H.R. Bukhari)

Kegiatan monopoli termasuk tindakan-tindakan berikut :

²⁹ Saiful Azhar Rosly & Anwar Ahmad, *Pengurusan Perniagaan Islam*, (Shah Alam : tp, 1991), hlm. 74

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

1. Meyorok barang yang melebihi keperluan seseorang selama setahun.
2. Menahan dan membekukan jualan ketika harga rendah dan dilepaskan apabila harga naik.
3. Barang yang ditahan merupakan barang keperluan dan amat diperlukan ketika itu seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal.

Dalam kitabnya yang berjudul *Fatama*, Ibn Taimiyah telah menggariskan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan seterusnya harga. Walaupun beliau tidak menggunakan istilah ekonomi moden tetapi konsep yang disampaikan menyamai konsep faktor permintaan yang kita fahami hari ini seperti berikut :

1. Kehendak manusia (*Al-Ragbbah*), faktor ini dikenali sebagai citarasa dalam ekonomi konvensional. Menurut Ibn Taimiyah, kehendak manusia senantiasa berubah-ubah bergantung kepada sama ada jumlah barang itu banyak atau sedikit. Jika jumlahnya sedikit maka ia lebih dikehendaki dan ini menyebabkan harga naik dan sebaliknya bila jumlah banyak maka berlaku penurunan harga. Pendapat Ibn Taimiyah ini selaras dengan konsep utiliti marginal berkurangan dalam ekonomi barat.
2. Jumlah pembeli (*Al-Tullah*), menurut Ibn Taimiyah, jika bilangan pembeli sesuatu barang itu ramai, harga akan naik dan jika bilangan pembeli berkurang maka harga akan turun. Faktor ini merujuk kepada faktor bilangan penduduk dalam teori permintaan konvensional.
3. Nilai keperluan sesuatu barang, sesuatu barang yang lebih banyak digunakan pada suatu masa akan mengalami kenaikan harga yang lebih tinggi berbanding dengan masa ia kurang diperlukan.
4. Belian tunai atau hutang, penjual boleh mengenakan harga yang lebih tinggi ke atas pembelian secara hutang berbanding dengan belian tunai. Ini kerana mengambilkira risiko kerugian yang ditanggung penjual jika pembeli tidak menjelaskan hutangnya kelak.

5. Latar belakang pembeli, harga jualan secara hutang juga berbeza mengikut perbezaan latar belakang pembeli. Jika pembeli itu dikenali sebagai seorang yang jujur dan sentiasa menjelaskan hutangnya, maka beliau boleh dikenakan harga hutang yang lebih murah. Harga yang lebih tinggi boleh dikenakan ke atas pembeli yang selalu gagal atau lambat menjelaskan hutangnya.
6. Jenis matawang yang digunakan. Jika matawang adalah daripada jenis yang biasa digunakan oleh orang ramai, harga yang dikenakan oleh penjual adalah lebih rendah berbanding dengan pembayaran yang menggunakan matawang yang jarang digunakan dalam pertukaran.

Ibn Taimiyah juga menyatakan bahwa kenaikan harga yang berpunca daripada kekurangan barang atau pertambahan penduduk adalah kehendak Allah. Ia juga menyokong kawalan harga dalam keadaan pasar yang tidak sempurna dan menentangnya jika pasar sehat, walaupun harga meningkat.³⁰

Al-Ghazali juga membincangkan penawaran dan permintaan apabila beliau mengatakan :

*“...Apabila petani yang membawa bijian tidak menemui orang yang berkendakkannya, maka ia terpaksa menjual barga yang murah kepada saudagar-saudagar untuk tujuan disimpan sehingga wujud keperluan orang terhadap barang tersebut”.*³¹

Ibn Khaldun mengakui pengaruh penawaran dan permintaan dalam menentukan harga-harga di pasar.³² Ini sesungguhnya

mengesankan karena peran penawaran dan permintaan dalam menentukan nilai belum dikenal benar di Barat hingga abad ke-19 dan permulaan abad ke-20 yang lalu.

Ibn Khaldun menekankan bahwa suatu peningkatan dalam permintaan atau penurunan dalam penawaran akan menimbulkan kenaikan dalam harga, sebaliknya suatu penurunan dalam permintaan atau peningkatan dalam penawaran akan menimbulkan penurunan dalam harga. Ia percaya bahwa “*barga-barga yang terlalu rendah*” akan merugikan perajin dan pedagang dan akan mendorong mereka keluar dari pasar, sebaliknya harga-harga “*yang terlewat tinggi*” akan merugikan konsumen.

Ia juga mengatakan bahwa Harga-harga yang stabil adalah antara dua kondisi tersebut merupakan titik harga yang diinginkan, karena hal itu tidak sahaja memberikan tingkat keuntungan yang secara social dapat diterima oleh para pedagang, melain juga akan membersihkan pasar dengan mendorong penjualan dan pada gilirannya akan menimbulkan keuntungan dan kemakmuran yang besar. Miskipun demikian, harga-harga yang rendah tetap diinginkan bagi barang-barang kebutuhan pokok, karena hal ini akan meningkatkan beban orang miskin yang merupakan mayoritas penduduk.³³

Jika kita ingin menggunakan terminology moden dalam melihat konsep Ibn Khaldun, kita dapat mengatakan bahwa Ibn Khaldun mendapatkan suatu tingkat harga yang stabil dengan suatu ongkos hidup yang relatif rendah sebagai pilihannya, dari sudut pandang

menurun dan penawaran meningkat, maka harga akan turun”. (Ibn Taimiyah, *Majmu’atul Fatawa*, Vol. VIII, 523.

Bahkan sebelum Ibn Taimiyah, al-Jahiz (w. 255/869) yang menulis kurang lebih lima ratus tahun sebelumnya bahwa, “Apa pun yang tersedia di pasar akan murah harganya karena ketersediaannya dan mahal karena kelangkaannya jika barang itu dibutuhkan” (At-Tabassur (1983), hlm. 13, dan bahwa “barang yang penawarannya meningkat, harganya akan murah kecuali kecerdasan, yang menjadi lebih mahal manakala bertambah”, (*Ibid.*, h 13), lihat Umar Chapra, *The Future of Economics: an Islamic Perspective*, (UK : The Islamic Foundation, 2000), hlm.137.

³³ Groenewegen, “A Note on the Origin of the Phrase, Supply and Demand”, *Economic Journal*, June 1973.

³⁰ Abdul Azim Islahi, (1985), “Ibn Taimiyah’s Concept of Market Mechanism”, *Jurnal of Research in Islamic Economics*, Jil. 2, Bil. 2, hlm. 57

³¹ Al-Ghazali, *Ihya Ulumiddin*, Jil.5, (Indonesia: Manara Kudus, 1980), hlm. 89.

³² Sebelum Ibn Khaldun, para Ulama lainnya juga telah mengatakan peranan penawaran dan permintaan dalam menentukan harga. Umpamanya, Ibn Taimiyah menulis, “naik atau turunnya harga tidak semata-mata karena ketidakadilan yang dilakukan orang. Hal ini disebabkan kelangkaan *output* atau impor komoditas yang laku. Jika permintaan terhadap suatu komoditas meningkat sementara penawaran komoditas yang diminta meningkat, maka harga akan naik. Jika permintaan

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

pertumbuhan dan pemerataan dikaitkan dengan laju inflasi dan deflasi. Yang pertama merugikan pemerataan sementara yang kedua mengurangi insentif dan efisiensi. Harga-harga yang rendah untuk kebutuhan pokok harus dapat dicapai lewat pematokan harga oleh negara, hal ini akan menghancurkan insentif untuk produksi.³⁴

Ibn Khaldun, juga membicarakan soal pengaruh penawaran terhadap harga, beliau berkata :

“...Apabila barangan yang dibawa dari luar sedikit dan berkurangan, harganya akan naik. Sebaliknya, apabila negeri itu berdekatan dan perjalanannya selamat, akan terdapat ramai peniaga yang akan mengangkut barang, oleh itu barang akan berlebihan dan harganya akan jatuh”.³⁵

Faktor-faktor yang menentukan penawaran menurut Ibn Khaldun antara lain; [1] Permintaan; [2] Laju keuntungan relative; [3] Jangkauan usaha manusia; [4] Ukuran angkatan kerja dan pengetahuan serta keterampilan (skill); [5] Kedamaian dan keamanan; [6] Latar belakang teknis dan pembangunan keseluruhan masyarakat.³⁶

Semua faktor ini sangat penting dalam teori produksinya. Jika harga-harga turun dan menimbulkan suatu kerugian, nilai modal akan terkena erosi, insentif untuk penawaran merosot dan menyebabkan resesi. Konsekuensinya, perdagangan dan kerajinan akan dirugikan.

Sedangkan faktor-faktor yang menentukan permintaan adalah antara lain; [1] Pendapatan; [2] Jumlah penduduk; [3] Kebiasaan dan adat masyarakat; [4] Pembangunan kesejahteraan umum dalam masyarakat.³⁷

Sekalipun Ibn Khaldun berjalan jauh di depan para ekonomi konvensional, barangkali dia tidak memiliki gagasan tentang diagram permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan dan penawaran, dan yang paling penting dari semuanya, equilibrium harga yang berperan sangat penting dalam analisis ekonomi moden.

³⁴ Umar Chapra, *op.cit.*, hlm. 138.

³⁵ Abdul Azim Islahi, *Ibn Khaldun...*, hlm. 61

³⁶ Umar Chapra, *The Economic ...*, hlm. 138

³⁷ *Ibid.*

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

Namun begitu Ibn Khaldun tidak menyebutkan tentang kawalan harga. Dapat dikatakan bahwa pada umumnya, harga ditentukan oleh kuasa pasar: permintaan dan penawaran, yang dalam Islam disebut sebagai ketentuan Allah.

Kontrol Harga

Peranan kerajaan dalam system ekonomi barat adalah bersifat bermusim, yaitu bergantung kepada keperluan dan keadaan, sedangkan dalam ekonomi Islam pada umumnya bersifat semula jadi, dasar dan berkekalan.³⁸ Hal ini berpedoman kepada firman Allah :

Surah 4 : 59

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ . . .

“Hai orang yang beriman taatilah Allah dan taatilah Rasul dan Ulilamri di kalangan kamu...”

Dalam ayat tersebut di atas dapat dirumuskan bahwa pihak pemerintah Islam adalah orang yang dipertanggungjawabkan untuk melaksanakan hukum Allah selepas Rasul, dan ia adalah terikat dengan peraturan-peraturan yang telah digariskan. Dengan ini dapatlah dikenal pasti, bahwa kawalan pihak kerajaan Islam ke atas ekonomi Islam adalah bersifat pengawasan konfrehensif bagi memastikan semua urusanniaga berjalan mengikut prinsip perniagaan secara Islam.³⁹ Dengan demikian jelaslah bahwa dalam konteks harga, peranan kerajaan adalah bersifat bermusim. Maksudnya, kerajaan akan campur tangan jika keadaan kezaliman atau kecurangan berlaku dalam pasar. Jika tidak, kuasa pasar akan menentukannya.⁴⁰

³⁸ Surtahman Kastin Hasan, *Ekonomi Islam Dasar dan Amalan*, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2001), hlm. 81

³⁹ AB. Rashid Bin Haji Dail, *Institusi Pasar Perniagaan Islam*, (Kuala Lumpur : Pustaka Rashfa dan Anak-anak, 1985), hlm. 35.

⁴⁰ Mannan, menambah dengan menegaskan bahwa harga yang wajar bukan merupakan konsensi, tetapi hak dasar yang boleh dikuatkuasakan dengan undang-undang oleh kerajaan.

Ibn Taimiyah membolehkan intervensi harga guna terjadinya kesetaraan dalam pasar (*dhaman al-mithl*) pada keadaan tertentu, sepintas pendapatnya bertentangan dengan sikap Rasulullah yang menolak intervensi harga. Namun sebenarnya Ibn Taimiyah malah menjabarkan hadis tersebut iaitu harga seharusnya terjadi secara rela sama rela pada saat penawaran bertemu permintaan. Bagi Ibn Taimiyah intervensi harga dapat dibedakan menjadi dua,⁴¹ intervensi harga yang zalim dan yang adil.

- a. Intervensi harga yang zalim, Suatu intervensi harga yang dianggap zalim bila harga maksimum (*ceiling price*) ditetapkan dibawah harga keseimbangan yang terjadi melalui mekanisme pasar iaitu atas dasar rela sama rela. Secara parallel dapat pula dikatakan bahwa harga minimum yang ditetapkan di atas harga keseimbangan kompetitif adalah zalim.
- b. Intervensi harga yang adil, Suatu intervensi harga dianggap adil sepanjang tidak menimbulkan aniaya terhadap penjual maupun pembeli.

Menurut Ibn Taimiyah ada beberapa kondisi yang mengharuskan kerajaan melakukan intervensi harga, iaitu :

- a. Produsen tidak mahu menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga umum pasar, padahal konsumen membutuhkan barang tersebut. Dalam keadaan seperti ini kerajaan dapat memaksa produsen untuk menjual barangnya dan menentukan harga (intervensi harga) yang adil.⁴²
- b. Produsen menawarkan barang pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen. Dalam keadaan

⁴¹ Ibnu Taymiyah, *Al-Hisba*, (Cairo : Darul Sya'b, 1976), hlm. 24

⁴² Ibn Taimiyah berpendapat : “*Seorang penjual tidak boleh menjual barang dengan harga yang berlebihan kepada pembeli yang tidak mengetahui harga pasar, si penjual harus menjual pada harga yang lazim berlaku*” (the customary price)”, lihat Ibn Taimiyah, *Iktiyarat*, (Beirut : Darul Uraifah, tt), hlm. 359-360

ini, pemerintah harus melakukan intervensi harga dengan mendorong konsumen dan produsen melakukan musyawarah untuk menentukan harga yang didahului dengan tindakan investigasi atas *demand, supply*, biaya produksi dan lainnya. Selanjutnya pemerintah menetapkan harga tersebut sebagai harga yang berlaku.

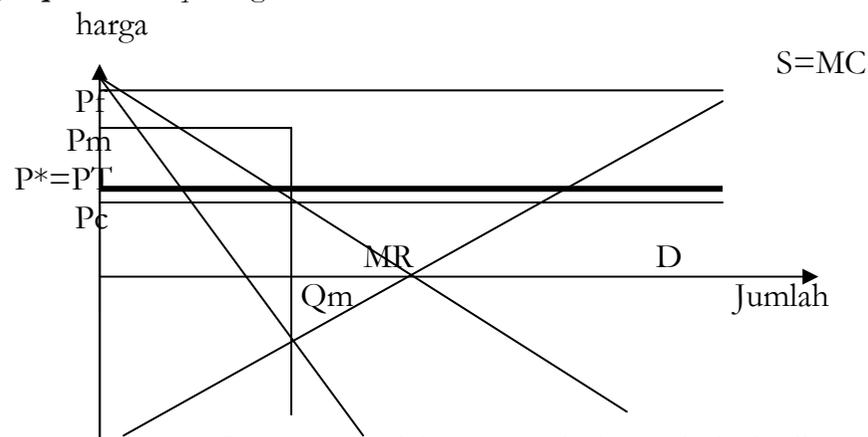
- c. Pemilik jasa, misalnya tenaga kerja, menolak bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga pasar yang berlaku (*the prevailing market price*), padahal masyarakat membutuhkan jasa tersebut, maka kerajaan dapat menetapkan harga yang wajar (*reasonable price*) dan memaksa pemilik jasa untuk memberikan jasanya.⁴³

Inilah indahnya Islam, merintangai seseorang masuk pasar (*entry barriers*) dilarang sehingga setiap bisnis yang mempunyai *positive economic profit* akan mengundang masuknya pemain baru sehingga *economic profit* turun menjadi nihil, dan sekedar mendapat laba normal sahaja. Pelarangan *entry barriers* ini tidak serta merta menjamin masuknya pemain baru sehingga produsen hanya menapat normal profit. Dapat sahaja biaya investasinya yang besar atau teknologi yang tinggi yang menyebabkan pemain baru tidak dapat masuk pasar.⁴⁴ Bila ini terjadi, *natural monopolist* tetap sahaja tidak boleh menentukan harga yang berlebihan, dan untuk itu kerajaan melakukan intervensi harga yang mengacu pada harga umum berdasarkan harga lazim, atau harga yang ditetapkan dalam musyawarah, atau berdasarkan harga yang berlaku pada tingkat harga yang wajar.

Jelaslah Islamic price intervention yang diusulkan oleh Ibn Taimiyah malah melindungi kepentingan penjual dan pembeli.

⁴³ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : The International Insitute of Islamic Thought Indonesia, 2002), hlm. 144

⁴⁴ Dalam ekonomi konvensional hal ini biasa digolongkan sebagai monopoli alami.



Secara grafis, Intervensi harga versi Ibn Taimiyah ditetapkan pada saat supply bertemu demand, sehingga sebenarnya intervensi pasar ini malah mengembalikan harga pada harga keseimbangannya semula. Oleh karena intervensi harga pasar Islami ini tidak akan menimbulkan excess supply atau excess demand sebagaimana yang terjadi pada intervensi pasar konvensional. Lebih jauh lagi, intervensi pasar Islami tidak akan menimbulkan dead weight loss sebagaimana yang terjadi pada intervensi pasar pada konvensional.

Dalam keadaan normal, kawalan harga tidak dibenarkan oleh syarak. Hal ini Nabi pernah memolak permintaan penduduk Madinah supaya baginda campur tangan demi mengelakkan kenaikan harga. Bukti ini jelas menunjukkan satu ketetapan hukum daripada Nabi yang perlu kita patuhi. Oleh karena itu ada setengah-setengah fuqaha mengharamkan penentuan harga dalam segala keadaan.⁴⁵

Islam memberi penekanan untuk mengenakan harga tertinggi jika ia memberikan kebajikan tambahan dan tidak menyebabkan kemudaratan sama ada kepada pengguna maupun pengeluar.

Imam al-Ghazali memberi pendapat bahwa Islam membolehkan menentukan harga tertinggi, jika ia memberikan faedah kepada

⁴⁵ M.A. Khan, "Appendix: al-Hisba and the Islamic Economy", dalam. Ibn Taimiyah, *Public Duties in Islam*, (Leicester : The Islamic Foundation, 1982), hlm. 144.

masyarakat.⁴⁶ Pengertian yang sama dengan kawalan harga seperti yang diikuti oleh para khalifah sebagai panduan yang betul dan kejayaan mereka semasa mereka memerintah.⁴⁷

Bila ketidakadilan mengambil alih dalam pasar, kerajaan Islam mesti menstabilkan terhadap harga umum melalui harga tertinggi atau mana-mana cara. Peraturan harga mesti melibatkan urusan berniagaan yang adil antara pembeli dan penjual dalam kematangan, bahwa mereka boleh dipaksa untuk menukarkan kepada harga yang adil dan menghalang mereka daripada mengenakan bayaran yang lebih daripada pertimbangan yang adil.

Ketidakadilan pasar boleh berlaku dalam banyak cara dimana kuasa pasar gagal untuk beroperasi dengan bebas. Satu daripadanya adalah kewajiban kuasa monopoli ke atas keluaran dalam pasar, iaitu mana-mana pesaing ditahan daripada memasuki pasar secara teknik atau menurut hukum.⁴⁸

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian mengenai harga pasar di atas maka dapatlah dikatakan bahwa, penilaian ke atas harga pasar dalam Islam boleh dilakukan mengikut kepada prinsip syari'ah (*Qawaid Fiqiyah*). Dalam konteks ini, sekiranya berlaku percanggahan atau pertentangan di antara kemudaran dan manfaat, maka perlu dibuat pertimbangan manakala yang lebih berat antara keduanya. Pasar yang menimbulkan kemudaran pasar harus dielakkan atau perlu dihapuskan kecuali jika atas alasan *maslahah* maka harus dipilih pasar yang mempunyai kemudaran yang minimum. Pada dasarnya campur tangan kerajaan dalam pasar tidak dibenarkan oleh Islam. Campurtangan kerajaan dalam pasar lebih ditekankan agar jangan

⁴⁶ Ramadhan Ali Al Syed al-Sharbanasi, *Hamayatul Mustablik Fi al Fiqhul Islami*, (Qaherah : Maktabah al-Islamiyyah, 1404), hlm. 64.

⁴⁷ Abdullah Alwi Hj Hasan, *Sales and Contracts in Early Islamic Commercial law*, Dissertation, Inversity of Edinberg, 1986, hlm. 60

⁴⁸ Walter Nichalson, *Microeconomic Theory*, (The Dryden Press, 1985), hlm. 417-420.

Syahpawi, Konsep Harga Pasar dalam Islam...

sampai terjadi ketidakadilan demi untuk mencapai kesetaraan harga dalam pasar (*Dhaman al-mithl*) sebagaimana yang diutarakan oleh Ibn Taimiyah. Harga pasar dalam pandangan konvensional lebih menekankan kepada kekuatan supply dan demand, sebagai penentuan harga. Dalam teori konvensional harga bagi pengguna mencerminkan kepada nilai faedah marginal yang diperoleh daripada suatu barang. Semakin tinggi nilai faedah marginal, maka semakin tinggi harga yang rela dibayar oleh pengguna. Harga keseimbangan pasar ditentukan melalui proses tawar-menawar antara pengguna dan pengeluar dan tercapai apabila kuantitas yang sanggup diminta oleh pengguna bersamaan dengan kuantitas yang sanggup ditawarkan oleh pengeluar. Pada kuantitas ini nilai faedah marginal pengguna bersamaan dengan kos marginal pengeluar. Bila harga berada pada keseimbangan tiada tekanan untuk ia turun atau naik.

Bibliografi

- Anwar, Muhammad, *Modelling Interest: Free Economy : A study in Macroeconomics and Development*, (Virginia: the International Institute of Islamic Thought, 1987).
- Ayob, Ahmad Mahdzan, *Teori Mikroekonomi*, (Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka, 2001).
- Chapra, M. Umar, *The Economic System of Islam*, (Landon: Islamic Cultural Centre, 1970).
- Choudhury, M. A., *Contributions to Islamic Economic Theory: A Study In Social Economics*, (Hong Kong: The MacMillan Press, 1986).
- F. Machlup, *The Political Economy of Monopoly*, (Baltimore : The John Hopkins Press, 1952).
- Ghazali, Aidit, *Pengeluaran*, (Petaling jaya kertas kerja 1986).
- Kahf, Monzer, *A Contribution to the Study of the Economics of Islam*, (Amerika Syarikat : mimeo Universiti of Utah, 1973).

AlFikra: Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009

- Khera, Marcharan Singh, *Mikroekonomi : Prinsip- Prinsip dan Aplikasi- Aplikasi*, terjemahan Mohd. Kaus Tajuin, (Kuala Lumpur : Khera SDN BHD, 1978).
- Liebhafsky, H.H., *The Nature of Price Theory*, (Homewood Texas: The Dorsey Press, 1963).
- Marshall, Alfred, *Principles of Economics*, (Landon : Macmillan dan Co Ltd, 1938).
- Rahman, Afzalur, *Economic Doctrines of Islam*, (Lahore: Islamic Publication Ltd, 1985).
- S.K. Hasan, *Masalah Ekonomi dan Alam Sekitar : Penyelesaian Islam* , (Bandar Baru Bangi: Karyawan, 1990).
- Sadono Sukirno, *Mikroekonomi*, (Kuala Lumpur: Aneka Publishing, 2002).
- Siddiqi, M.N, *The Economic Enterprise in Islam*, (Lahore: Islamic Publications Ltd, 1979).
- Siddiqui, M. N., *The Economic Enterprise in Islam*, (Lahore: Islamic Publications Ltd, 1979).
- Siddiqui, *Muslim Economic Thinking* , (Leicester: The Islamic Foundation, 1981).
- Turvey, Ralph, "On Divergences Between Social Cost and Private Cost", *Economica*, (Ogos: t.p. 1963).