**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Tinjauan Umum Tentang Harga**
2. **Pengertian harga**

 Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan penting bagi pedagang, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan berapa banyak uang yang akan diperoleh.[[1]](#footnote-2) Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus kepuasan konsumen. harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang/jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang/jasa.[[2]](#footnote-3) Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya produk, distribusi dan promosi menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran.

 Adapun pengertian harga menurut para ahli sebagai berikut:

1. Michel J. Etzel mendefinisikan bahwa harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.
2. Menurut Idriya Gitosudarmo, harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga.[[3]](#footnote-4)
3. Menurut Kotler harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.[[4]](#footnote-5)

 Didalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu kepada konsumen.[[5]](#footnote-6) Apabila harga suatu produk di pasaran tinggi, menandakan bahwa kualitas produk tersebut baik dan merek produk tersebut cukup baik di benak konsumen. Sebaliknya, apabila suatu produk tersebut cenderung rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut kurang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga pada suatu barang atau produk sangat berperan penting bagi tolak ukur konsumen dalam memilih produk yang berkualitas.

 Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.[[6]](#footnote-7) Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

* 1. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

* 1. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

* 1. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

* 1. Mutu produk

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah poduk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

* 1. Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

1. **Penetapan Harga**

 Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan di peroleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan.[[7]](#footnote-8) Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas didalam progran pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

 Menurut Kotler,[[8]](#footnote-9) dalam menetapkan harga pada sebuah produk perusahaan mengikuti enam prosedur:

1. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya mempertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
2. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat-tingkat harga alternatif.
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
4. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
5. Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri dari penetapan harga biaya plus, analisis pulang pokok dan penetapan laba sasaran, penetapan harga nilai yang diperoleh, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.[[9]](#footnote-10)
6. Perusahan memilih harga final, menyatakannya dalam cara psikologis yang paling efektif dan mengeceknya untuk menyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta serta sesuai dengan para penyalur, grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah.
7. **Faktor-faktor Penetapan Harga**

 Dalam sebuah perusahaan hendaknya seorang manajer harus memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal dalam menetapkan harga, dimana faktor internal ini meliputi:[[10]](#footnote-11)

* 1. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran pada sebuah perusahaan berbeda-beda, tergantung pada ukuran perusahaan dari segi situasi keuangan atau kondisi pasar. Namun pada dasarnya tujuan perusahaan itu sama yaitu mendapatkan keuntungan.

* 1. Bauran Pemasaran

Dalam bauran pemasaran selain harga tentu tidak dapat di lupakan yaitu produk, tempat pendistribusian, dan program komunikasi pemasaran dalam menetapkan harga.

* 1. Biaya

Biaya merupakan salah satu faktor terpenting dalam menetapkan harga. Biaya terdiri dari biaya variabel, biaya variabel yaitu biaya yang akan berubah-ubah disebabkan adanya perubahan jumlah hasil, apabila jumlah barang dihasilkan bertambah maka variabelnya juga akan meningkat dan biaya tetap, mulai dari upah buruh serta fasilitas yang di milikinya.[[11]](#footnote-12)

 Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi dalam penetapan harga adalah sebagai berikut:

* 1. Karakter pasar dan permintaan pasar
	2. Pesaing
	3. Faktor lingkungan lain (seperti ekonomi, politik dan pemrintah)
1. **Tinjauan Ekonomi Islam tentang Harga**
2. **Pengertian Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian yang tak terpisahkan (*integral*) dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), dimana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi.[[12]](#footnote-13)

 Ekonomi Islam sebenarnya telah muncul sejak Islam itu dilahirkan. Ekonomi Islam lahir bukanlah sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri melainkan bagian dari integral agama Islam. Sebagai ajaran hidup yang lengkap, Islam memberikan petunjuk terhadap semua aktivitas manusia, termasuk ekonomi.[[13]](#footnote-14) Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi *Rabban*i dan *Insani*. Disebut ekonomi *rabbani* karena dengan syarat dengan arahan dan nilai-nilai ilahiah. Ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi *insani* karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia.[[14]](#footnote-15)

Jadi dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang Islami, yang dimaksudkan dengan cara-cara yang Islami disini adalah cara-cara yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al-qur’an dan Sunnah Nabi.

Dalam pandangan ekonomi Islam, ilmu pengetahuan adalah suatu cara yang sistematis untuk memecahkan masalah kehidupan manusia yang mendasarkan segala aspek tujuan (*ontologis*), metode penurunan kebenaran ilmiah (*epistemologis*), dan nilai-nilai (*aksiologis*) yang terkandung pada ajaran Islam.[[15]](#footnote-16) Secara singkat, ekonomi Islam dimaksudkan untuk mempelajari upaya manusia untuk mencapai *falah* dengan sumber daya yang ada melalui mekanisme pertukaran. Penurunan kebenaran atau hukum dalam ekonomi Islam didasarkan pada kebenaran deduktif wahyu ilahi (*ayat qauliyah*) yang didukung oleh kebenaran induktif empiris (*ayat kauniyah*). Ekonomi Islam juga terikat oleh nilai-nilai yang diturunkan dari ajaran islam itu sendiri.[[16]](#footnote-17)

Beberapa definisi ekonomi Islam menurut ekonom muslim, diantaranya:

1. Menurut muhammad Abdul Mannan, mendefinisikan ekonomi Islam sebagai upaya untuk mengoptimalkan nilai Islam dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Mannan mengatakan ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.[[17]](#footnote-18)
2. menurut Hazanuzzaman ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang diturunkan dari ajaran Alqur’an dan Sunnah. Segala bentuk pemikiran ataupun praktik ekonomi yang tidak bersumberkan dari Alqur’an dan Sunnah tidak dapat dipandang sebagai ekonomi Islam. Untuk dapat menjawab permasalahan kekinian yang belum dijelaskan dalam Alqur’an dan Sunnah, digunakan metode fiqh untuk menjelaskan apakah fenomena tersebut bersesuaian dengan ajaran Alqur’an dan Sunnah ataukah tidak. Dalam hal ini ekonomi islam akan dipandang lebih bersifat normatif ketika perkembangan ilmu ekonomi Islam belum didukung oleh praktik.[[18]](#footnote-19)
3. Menurut Siddiqie (1993) dan Naqvi (1994) ekonomi Islam merupakan representasi perilaku ekonomi umat muslim untuk melaksanakan ajaran Islam secara menyeluruh. Dalam hal ini, ekonomi Islam tidak lain merupakan penafsiran dan praktik ekonomi yang dilakukan oleh umat Islam yang tidak bebas dari kesalahan dan kelemahan. Analisis ekonomi setidaknya dilakukan dalam tiga aspek, yaitu norma dan nilai-nilai dasar Islam, batasan ekonomi dan status hukum, dan aplikasi dan analisis sejarah.[[19]](#footnote-20)
4. Menurut Arkham Khan, ekonomi Islam berarti juga metode mengakomodasi berbagai faktor ekonomi dengan melibatkan seluruh manusia yang mempunyai potensi yang berbeda guna melibatkan sumber daya ekonomi yang ada dibumi. Ilmu ekonomi memusatkan pada studi tentang kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya atas kerjasama dan partisipasi. Ilmu Ekonomi Islam bertujuan unruk melakukan studi terhadap kesejahteraan *(falah*) manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber-sumber daya di bumi berdasarkan kerjasama dan partisipasi.
5. Menurut Umer Chapra ekonomi Islam merupakan sebuah ilmu pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.[[20]](#footnote-21) Menurut sudarsono hukum ekonomi Islam itu menjelaskan tentang sumber-sumber hukum berasal dari kata *hukm*  dalam bahasa arab. Artinya norma atau kaidah yang menjadi ukuran, tolak ukur, patokan, pedoman yang dipergunakan untuk menilai tingkah laku atau perbuatan manusia.[[21]](#footnote-22)

Ekonomi Islam berpijak pada landasan hukum yang pasti yang mempunyai manfaat untuk mengatur masalah manusia dalam bermasyarakat maka hukum harus mampu mengakomodasi masalah manusia, baik masalah yang sudah terjadi, sedang terjadi dan masalah yang akan dihadapi manusia.[[22]](#footnote-23) Oleh karena itu hukumnya tidak bisa dipisahkan dari berbagai aspek yang ada didalam diri maupun di luar manusia, seperti jasmani, rohani, keluarga, lingkungan dan lain sebagainya. Manusia sering melegitimasi tindakan-tindakan yang didasarkan pada hukum yang dibuatnya sendiri sehingga unsur subyektif yang merupakan personifikasi dari *vested interest* mampu mengiring pada penafsiran baru atas pemberlakuan hukum yang ada. Maka Islam secara tegas mengatur supaya manusia berjalan didalam hukum Allah agar manusia selamat di dunia maupun di akhirat.

 Adapun sumber hukum yang diakui sebagai landasan hukum ekonomi Islam terdiri dari:

1. Al-Qur’an

 Al-Qur’an adalah kalam Allah, merupakan mukjizat yang dturunkan (diwahyukan) kepada Rasulullah SAW yang ditulis di mushaf dan diriiwayatkan dengan mutawatir serta membacanya adalah ibadah. Abd Al-Wahhab Al-Khallaf dalam bukunya *Haw Ushul Al-Fiqh* lebih mendefinisikan, Al-Qur’an adalah perkataan Allah yang diturunkan oleh ruhul amin ke dalam hati Rasulullah Muhammad bin Abdullah. Dengan lafadz bahasa arab berikut artinya.[[23]](#footnote-24) Agar supaya menjadi *Hujjah* bagi Rasulullah saw bahwa dia adalah utusan Allah, menjadi undang-undang dasar bagi orang-orang yang mendapatkan petunjuk Allah.

 Dengan membaca AL-Qur’an itulah maka orang menghampirkan dirinya kepada Allah dan menyembahNya. Al-Qur’an berisikan 30 juz, 114 surah, dan berjumlah 6636 ayat. Al-Qur’an diturunkan secara berangsur-angsur berdasarkan kebutuhan dan memberikan pemecahan masalah yang dihadapi rasulullah SAW dalam masa 22 tahun 2 bulan dan 22 hari. Wahyu Al-Qur’an pertama turun, dimulai malam hari bertepatan dengan tanggal 17 *Ramadhan* tahun 41 dari kelahiran Rasulullah SAW, wahyu yang pertama turun Surah Al-Alaq ayat 1 sampai dengan 5. Sementara wahyu terakhir adalah surah Al-Maidah ayat 3. Ayat ini turun pada tanggal 9 *Dzulhijjah* tahun 10 *Hijra*h ketika Rasulullah SAW berusia 63 tahun.

1. Al-Hadits

 Hadits adalah sesuatu yang bersifat teoritik, sedangkan sunnah adalah pemberitaan sesungguhnya, jika hadits menurut kaidah dan akan mejadi asas praktek bagi kaum muslimin. Sementara sunnah merupakan sebagian besar dan fenomena praktik yang dilengkapi dengan norma-norma perilaku. Hadits dan sunnah berfungsi sebagai petunjuk-petunjuk praktis yang tidak dijelaskan secara lengkap dalam Al-Qur’an. Justifikasi sunnah dan hadits sebagai sumber hukum Islam termuat dalam sabda Rasulullah saw: “telah aku tinggalkan untuk kamu semua dua benda. Kamu tidak akan sesat manakala berpegang teguh kepadanya. Kitab Allah dan Sunnahku”.[[24]](#footnote-25)

1. **Prinsip-prinsip Ekonomi dalam Islam**

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi islam yang digali dari Al-Qur’an dan as-Sunnah. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam berperilaku ekonomi.[[25]](#footnote-26) Keberadaan prinsip dan nilai ekonomi Islam merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Implementasi prinsip ekonomi tanpa diwarnai oleh nilai atau nilai tanpa prinsip dapat menjauhkan manusia dari tujuan hidupnya, yaitu *falah*.

Implementasi nilai tanpa didasarkan pada prinsip akan cenderung membawa kepada ekonomi normatif belaka, sementara penerapan nilai tanpa prinsip dapat di ibaratkan menyuntikkan nilai-nilai Islam pada setiap perilaku ekonomi yang telah ada.[[26]](#footnote-27)

 Menurut Metwally[[27]](#footnote-28), prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar adalah sebagai berikut:

* 1. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Implikasinya adalah manusia harus menggunakannya dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.
	2. Kepemilikkan pribadi diakui dalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.
	3. Islam memerintahkan setiap manusia untuk bekerja sepanjang hidupnya. Islam membagi waktu menjadi dua, yaitu beribadah dan bekerja.[[28]](#footnote-29)
	4. Kepemilikkan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
	5. Islam menjamin kepemilikkan masyarakat dan penggunaannya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak.
	6. Seorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari pertanggungjawaban diakhirat.
	7. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (*nisab*). Zakat ini merupakan distribusi kekayaan orang kaya yang ditujukan untuk orang miskin dan mereka yang membutuhkan. Menurut pendapat para ulama, zakat dikenakan 2,5% untuk semua kekayaan yang tidak produktif, termasuk didalamnya adalah uang kas, deposito, emas, perak dan permata, dan 10% dari pendapatan bersih investasi.[[29]](#footnote-30)
	8. Islam melarang riba dalam segala bentuknya
1. **Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam**

Dari berbagai pandangan ekonomi muslim dapat disimpulkan bahwa inti dari nilai ajaran islam adalah *tauhi*d, yaitu bahwa segala aktivitas manusia di dunia ini, termasuk ekonomi, hanya dalam rangka untuk ditujukan mengikuti satu kaidah hukum, yaitu hukum Allah. Pada hakikatnya hukum ini berlaku di dunia ini berasal dari alam maupun buatan manusia.

 Ekonomi akan membawa kepada *falah* ketika mampu membawa hukum-hukum buatan manusia ini kembali kepada hukum universal, yaitu hukum Allah yang kadang disebut dengan hukum alam oleh masyarakat konvensional.[[30]](#footnote-31) Ekonomi Islam di ibaratkan sebagai sebuah bangunan, banguan ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yakni Tauhid (keimanan), ‘Adl (keadilan), Nubuwwah (kenabian), Khilafah (pemerintahan) dan Ma’ad (hasil).[[31]](#footnote-32) Nilai-nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk membangun teori-teori ekonomi Islam, yaitu:

1. *Tauhid* (Keesaan Allah)

 *Tauhid* merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa ”tiada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah”, dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan lainnya, selain dari pada Allah” karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada.[[32]](#footnote-33) Adapun ayat yang berkenaan dengan penjelasan diatas yang berhubungan dengan Tauhid (keesaan Allah) dalam al-Qur’an surat AL-Baqarah ayat 107[[33]](#footnote-34) yang berbunyi sebagai berikut:

أَلَمْ تَعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالأرْضِ وَمَا لَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَلا نَصِيرٍ

1. *‘Adl* (Keadilan)

 Keadilan meupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para RasulNya. Adapun ayat yang berkenaan dari penjelasan di atas yang berhubungan tentang keadilan terdapat dalam Al-Qur’an surat Al-Hadiid ayat 25[[34]](#footnote-35), yang berbunyi sebagai berikut:

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syariah.* Ibn Taimiyah[[35]](#footnote-36) menyebut keadilan sebagai nilai utama dari tauhid, sementara Muhammad Abduh menganggap kezaliman (*zulm*) sebagai kejahatan yang paling buruk (*aqbah al-munkar*) dalam kerangka nilai-nilai Islam. Sayyid Qutb menyebut keadilan sebagai unsur pokok yang komprehensif dan terpenting dalam semua aspek kehidupan.

 Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.[[36]](#footnote-37)

1. *Nubuwwah* (Kenabian)

 Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan akhirat. Untuk umat muslim, Allah telah mengirimkan manusia terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW.[[37]](#footnote-38) Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umunya dan pelaku ekonomi dan bisnis khususnya yaitu *siddiq* (benar, jujur), *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan dan kredibiltas), *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan dan intelektualitas), dan yang terakhir *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan dan pemasaran).[[38]](#footnote-39)

1. *Khilafah*

 Nilai *khilafah* secara umum berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah dialam semesta. Manusia diciptakan Allah untuk menjadi *khalifah* dimuka bumi, yaitu menjadi wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Manusia telah dibekali dengan semua karakteristik mental-spritual dan materiil untuk memungkinkannya hidup dan mengemban misiNya secara efektif. Manusia juga telah disediakan segala sumber daya memadai bagi pemenuhan kebutuhan kebahagiaan bagi manusia seluruhnya seandainya digunakan secara efisien dan adil.[[39]](#footnote-40)

 Konsep *khilafah* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam berbagai pengertian, namun pngertian umumnya adalah amanah dan tanggung jawab manusia terhadap apa-apa yang telah dikuasakan kepadanya, dalam bentuk sikap dan perilaku manusia terhadap Allah, sesama dan alam semesta. Dalam makna sempit, *khilafah* berarti tanggung jawab manusia untuk mengelola sumber daya yang dikuasakan Allah kepadaya untuk mewujudkan *mashlahah* yang maksimum dan mencegah kerusakan dimuka bumi.

1. *Ma’ad* (hasil)

 *Ma’ad* berarti kembali. Karena kita semua akan kembali pada Allah. Hidup manusia bukan hanya didunia, tetapi terus berlanjut hingga alam setelah dunia (akhirat). Pandangan dunia dari seorang muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: “dunia adalah ladang akhirat.” Artinya dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh), namun demikian akhirat lebih baik daripada dunia.[[40]](#footnote-41)

 Allah menandaskan bahwa manusia diciptakan di dunia untuk berjuang. Perjuangan ini akan mendapatkan ganjaran, baik di dunia maupun di akhirat perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan dan begitu juga sebaliknya. Diformulasikan oleh imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba. Laba dunia dan laba akhirat, karena itu konsep *profit* mendapatkan legitimasi dalam islam.[[41]](#footnote-42)

1. **Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam**

 Dalam ekonomi konvensional umumnya produsen menetapkan harga dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Harga pasar suatu komoditi dan jumlah yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari komoditi tersebut.[[42]](#footnote-43)

 Dalam *fiqh* Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si’r. As-saman* adalah patokan harga suatu barang. Sedangkan *As-si’r* adalah harga yang berlaku secara aktual didalam pasar.[[43]](#footnote-44) Harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan. Karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang atau produsen.[[44]](#footnote-45)

 Dalam *Majmu Fatwa*-nya ibnu Taimiyah mendefinisikan harga yang adil (*equivalance price*) sebagai baku (*si’r*) dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus.[[45]](#footnote-46) Sementara dalam *al-hisbah* ia menjelaskan bahwa *equivalance price* ini sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas-kompetitif dan tidak terditorsi antara penawaran dan permintaan.

 Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.[[46]](#footnote-47)

 Dalam konsep Islam, penentuan harga yang dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yakni kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi rela sama rela, dalam artian tidak ada pihak yang dirugikan dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.[[47]](#footnote-48)Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. Allah berfirman dalam Al-Qur’an dinyatakan Surah An-Nisa’ ayat 29,[[48]](#footnote-49) yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

 Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian.[[49]](#footnote-50)

 Menurut Qardawi, jika pedagang menahan suatu barang, sementara pembeli membutuhkan dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat dari harga pertama. Dalam kasus ini pedagang suka rela harus menerima penetapan harga oleh pemerintah wajib menetapkan harga itu. Dengan demikian, penetapan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagaimana diminta oleh Allah.[[50]](#footnote-51) Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah harga ditentukan oleh kekuatan dan permintaan dan penawaran.[[51]](#footnote-52)

 Dari penjelasan diatas, maka penetapan harga diserahkan pada mekanisme pasar yang di letakkan pada kekuatan dan permintaan pasar itu sendiri, seperti terungkap dari sebuah hadist rasulullah saw:

 Diriwayatkan oleh Anas Bin Malik, bahwa suatu ketika terjadi kenaikan harga di kota madinah, beberapa sahabat menghadap nabi SAW, untuk mengadukan nasalah itu dan meminta beliau agar mematok harga-harga barang di pasaran. Rasulullah menjawab,“sesungguhnya Allah menetapkan harga, yang menahan, dan melepaskan dan mengatur rezeki. Aku mengharapkan agar saat berjumpa Allah dalam keadaan tidak ada seorangpun diantara kalian yang menggugatkan karena kedzaliman dalam jiwa dan harta.”

Kurva Permintaan dan Penawaran dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar II.I**

**Kurva Permintaan**

 Harga

 Permintaan (*Demand*)

 Kuantitas Produk

 Pada kurva diatas dapat dijelaskan apabila harga suatu produk turun, maka permintaan akan bertambah, ketika harganya naik permintaan berkurang. Jadi pada harga yang tinggi, sebagian orang tidak dapat mengaktualisasikan permintaannnya sehingga kenaikan harga suatu barang menyebabkan permintaan terhadap barang tersebut menjadi semakin kecil.[[52]](#footnote-53) Hubungan terbalik antara harga dengan jumlah permintaan inilah ynag dikenal dengan hukum permintaan (*The Law of Demand*). Kurva yang menghubungkan antara harga dengan jumlah permintaan disebut dengan kurva permintaan.

Bentuknya menurun dari kiri atas kekanan bawah, mencerminkan hukum permintaan tersebut yakni adanya hubungan berbalik antara harga dengan jumlah permintaan. Jika harga naik, jumlah permintaan akan turun. Sebaliknya, jika harga turun, maka jumlah permintaan akan naik.[[53]](#footnote-54) Adapun kurva penawaran dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 2.2**

**Kurva Penawaran**

 Harga Penawaran (*Supply*)

 Kuantitas Produk

 Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga barang adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi, maka akan lebih banyak orang yang melihat potensi mendapatkan keuntungan dengan menjual barang yang diproduksi atau dimilikinya, sehingga jumlah penawaran barang tersebut pun tinggi.[[54]](#footnote-55) Sebaliknya apabila harga turun, maka jumlah penawaran pun akan turun. Umumnya kurva penawaran menaik dari kiri bawah ke kanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang positif diantara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga makin banyak jumlah yang akan ditawarkan.[[55]](#footnote-56)

**Tabel 2.3**

**Kurva Keseimbangan Harga**[[56]](#footnote-57)

 Harga S (*Supply*)

 P E (*Equilibrium*)

 D (*Demand*)

 Q Jumlah

Keseimbangan pasar terjadi pada saat perpotongan anatara kurva *supply* dan *demand* dalam keadaan *‘an taraddimminkum* (rela sama rela).[[57]](#footnote-58) Dalam hal harga, para ahli *Fiqh* merumuskannya sebagai *the price of equivalent*, konsep *the price of the equivalent* mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi yaitu keadaan pasar kompetitif.[[58]](#footnote-59)

1. **Harga dalam Pandangan Ilmuwan Muslim**
2. **Menurut Abu Yusuf**

 Abu Yusuf adalah sarjana muslim yang pertama kali menulis tentang mekanisme pasar dan harga. Menurut Abu Yusuf didalam kitab Al-Kharaj (1997) mengatakan “tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya.[[59]](#footnote-60) Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, mahal bukan juga karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah (sunnatullah).[[60]](#footnote-61) Bahkan Abu Yusuf mengindikasikan adanya variabel-variabel lain yang juga turut memengaruhi harga, misalnya jumlah uang beredar di negara itu, penimbunan atau penahanan, atau lainnya.

 Pada dasarnya pemikiran Abu Yusuf ini, merupakan hasil observasinya terhadap fakta *empiris* pada saat itu, dimana sering sekali terjadi melimpahnya barang ternyata diikuti dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah.

1. **Menurut Al-Ghazali**

 Didalam Buku *AL-Ihya ‘Ulumuddin* karya Al-Ghazali banyak membahas tentang topik-topik ekonomi, termasuk sistem bekerjanya kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga.[[61]](#footnote-62) Walaupun tidak membahasnya dengan menggunakan istilah modern, terdapat banyak bagian dari buku-bukunya yang memperlihatkan kedalaman pemikiran Al-Ghazali tentang teori permintaan dan penawaran.[[62]](#footnote-63)

 Al-Ghazali menunjuk kepada kurva penawaran yang ber*slope* positif ketika menyatakan bahwa petani tidak mendapatkan pembeli bagi produk-produknya, ia akan menjualnya pada harga yang sangat rendah.[[63]](#footnote-64) Pemahamannya tentang kekuatan pasar terlihat jelas ketika membicarakan masalah harga makanan yang tinggi, ia menyatakan bahwa harga tersebut harus didorong kebawah dengan menurunkan permintaan yang berarti menggeser kurva permintaan ke kiri.

 Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai-nilai islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak, ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi.[[64]](#footnote-65)

1. **Menurut Ibnu Taimiyah**

 Ibnu Taimiyah adalah seorang pelopor dalam penjelasannya tentang penentuan harga dalam hubungannya dengan penawaran dan permintaan.[[65]](#footnote-66) Konsep harga yang adil pada hakikatnya telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam. Al-Qur’an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga.[[66]](#footnote-67)

 Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.[[67]](#footnote-68) Ia mengambarkan perubahan harga pasar sebagai berikut:

“Jika penduduk menjual barang-barangnya secara normal (*al-wajh al-ma’ruf*) tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karena pengaruh kelangkaan barang (yakni penurunan *supply*) atau karena peningkatan jumlah penduduk (yakni peningkatan *demand*), kenaikan harga-harga tersebut merupakan kehendak Allah. Dalam kasus ini memaksa penjual untuk menjual barang-barang mereka pada harga tertentu adalah pemaksaan yang salah (*ikrah bi ghairi haq*).”[[68]](#footnote-69)

 Dalam kitab Fatwa-nya Ibn Taimiyah juga memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, dan kemudian tingkat harga.[[69]](#footnote-70) Beberapa faktor ini yaitu:

* 1. Keinginan orang (*al-raghabah*) terhadap barang-barang sering kali berbeda-beda. Perbedaan ini dipenagruhi oleh berlimpah atau langkanya barang yang diminta tersebut (*al-matlub*). Suatu barang akan lebih disukai apabila ia langka dari pada tersedia dalam jumlah yang berlebihan.
	2. Jumlah orang yang meminta (*demander/tullah*) juga memengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibanding dengan yang meminta jumlahnya sedikit.
	3. Harga akan juga dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu, selain juga besar dan kecilnya permintaan.
	4. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut. Jika pembeli ini merupakan orang kaya dan terpercaya dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak *kredibel* (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
	5. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli. Jika uang yang digunakan adalah uang yang diterima luas, maka kemungkinan harga akan lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan uang yang kurang diterima luas.
	6. Tujuan dari transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi semua janjinya, maka transaksi akan lebih mudah/lancar dibandingkan pembeli yang tidak memiliki kemampuan membayar dan mengingkari janjinya.
	7. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh produsen atau penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitupun sebaliknya.[[70]](#footnote-71)
1. **Menurut Ibnu Khaldun**

 Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Semua barang-barang lainnya terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar.[[71]](#footnote-72)Didalam bukunya *Al-Muqaddimah* Ibnu Khaldun mendeskripsikan kenaikan dan penurunan penawaran terhadap tingkat harga.

Ia menyatakan, “ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, maka akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang-barang akan melimpah dan harga-harga akan turun”.[[72]](#footnote-73)

 Ibnu Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak mengajukan saran-saran kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang memengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibn Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan normal.[[73]](#footnote-74)

1. Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), hlm. 129 [↑](#footnote-ref-2)
2. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-3)
3. Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Pubishing Service*, 2013), hlm. 179 [↑](#footnote-ref-4)
4. Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm. 175 [↑](#footnote-ref-5)
5. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-6)
6. Kasmir, *Kewiraushaan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 191 [↑](#footnote-ref-7)
7. <https://ekonomiana.wordpress.com2013/06/19/penetapan-harga-tujuan-strategi-dan-berbagai-macam-pendekatannya/> (*diakses* pada tanggal 12 september 2015) [↑](#footnote-ref-8)
8. Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Pubishing Service*, 2013), hlm. 180 [↑](#footnote-ref-9)
9. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-10)
10. M. Taufik Amir, *dinamika pemasaran: jelajahi dan rasakan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 165 [↑](#footnote-ref-11)
11. *Ibid.,* hlm. 166 [↑](#footnote-ref-12)
12. *. Ibid., hlm. 13* [↑](#footnote-ref-13)
13. *Ibid., hlm. 16* [↑](#footnote-ref-14)
14. Mustafa E. Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 12 [↑](#footnote-ref-15)
15. Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 17 [↑](#footnote-ref-16)
16. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-17)
17. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm.40 [↑](#footnote-ref-18)
18. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 18 [↑](#footnote-ref-19)
19. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-20)
20. Mustafa E. Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 16 [↑](#footnote-ref-21)
21. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 44 [↑](#footnote-ref-22)
22. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-23)
23. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-24)
24. *Ibid.*, hlm. 50 [↑](#footnote-ref-25)
25. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 65 [↑](#footnote-ref-26)
26. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-27)
27. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 57 [↑](#footnote-ref-28)
28. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 66 [↑](#footnote-ref-29)
29. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 57 [↑](#footnote-ref-30)
30. *Ibid.,*hlm. 58 [↑](#footnote-ref-31)
31. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 34 [↑](#footnote-ref-32)
32. *Ibid.,*hlm. 35 [↑](#footnote-ref-33)
33. QS. Al-Baqarah:107. Artinya; “Tiadakah kamu mengetahui bahwa kerajaan langit dan bumi adalah kepunyaan Allah? Dan tiada bagimu selain Allah seorang pelindung maupun seorang penolong.” [↑](#footnote-ref-34)
34. QS Al-Hadiid ayat 25. *Artinya*: ”Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama) Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa.” [↑](#footnote-ref-35)
35. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 59 [↑](#footnote-ref-36)
36. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-37)
37. Adiwarman A. Karim*, Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 38 [↑](#footnote-ref-38)
38. *Ibid.,*hlm. 39 [↑](#footnote-ref-39)
39. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 62 [↑](#footnote-ref-40)
40. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 41 [↑](#footnote-ref-41)
41. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-42)
42. Sugiarto, dkk, *Ekonomi Mikro*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 41 [↑](#footnote-ref-43)
43. <http://digilib.uinsby.ac.id>> Bab2. (*diakses*, 13 Agustus 2015) [↑](#footnote-ref-44)
44. *Ibid.,*hlm. 18 [↑](#footnote-ref-45)
45. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 299 [↑](#footnote-ref-46)
46. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-47)
47. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo persada, 2010), hlm. 152 [↑](#footnote-ref-48)
48. Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisaa’: 29) [↑](#footnote-ref-49)
49. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 330 [↑](#footnote-ref-50)
50. Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 257 [↑](#footnote-ref-51)
51. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo persada, 2010), hlm. 144 [↑](#footnote-ref-52)
52. Mustafa, E. Nasution, dkk, *Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 82 [↑](#footnote-ref-53)
53. *Ibid.,*hlm. 83 [↑](#footnote-ref-54)
54. *Ibid.,*90 [↑](#footnote-ref-55)
55. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam,* (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 128 [↑](#footnote-ref-56)
56. Adiwarnan, A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 152 [↑](#footnote-ref-57)
57. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-58)
58. Deky Anwar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Palembang: Penerbit Noer Fikri Offset, 2014), hlm. 283 [↑](#footnote-ref-59)
59. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 304 [↑](#footnote-ref-60)
60. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 20 [↑](#footnote-ref-61)
61. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 305 [↑](#footnote-ref-62)
62. Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 325 [↑](#footnote-ref-63)
63. *Ibid.,*hlm. 325 [↑](#footnote-ref-64)
64. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Isla (P3EI), *Ekonomi Islam,* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 306 [↑](#footnote-ref-65)
65. Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami,* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 143 [↑](#footnote-ref-66)
66. Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 353 [↑](#footnote-ref-67)
67. *Ibid.,*hlm. 358 [↑](#footnote-ref-68)
68. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-69)
69. Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam,* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 307 [↑](#footnote-ref-70)
70. Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 36 [↑](#footnote-ref-71)
71. *Ibid.,*hlm. 402 [↑](#footnote-ref-72)
72. Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 311 [↑](#footnote-ref-73)
73. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-74)