



ANALISIS PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI MENGENAI MEKANISME DAN ETIKA PERILAKU PASAR

Suprihatin ^{1*}, Ibdalsyah ², Hendri Tanjung ³

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

ABSTRACT

This research goal is to describe market based on Islamic and conventional economy from Imam Al-Ghazali. This reseach use qualitative approach. The findings are market and ethic operated by cognitive, affective dan skill. Imam Al-Ghazali has a concept about market mechanism based on Islamic law.

Keyword: *fiqh, market ethic, market mechanism*

I. PENDAHULUAN

Kapitalisme adalah suatu aliran ekonomi yang memiliki metode pengaturan ekonomi untuk memproduksi barang dan jasa dengan system alat-alat produksi dan secara pribadi dipegang oleh individu dan perusahaan swasta. Latar belakang lahirnya mazhab ekonomi klasik dalam teori ekonomi konvensional adalah revolusi industri yang terjadi di Eropa menjelang akhir XVII M. Tokoh penggagas Kapitalisme Klasik adalah Adam Smith (1723-1790 M.). Dalam bukunya *The Wealth of Nation*, Adam Smith mengembangkan corak pemikiran Materialisme. Hal ini dapat dilihat pada sifat rasional pemikiran etika ekonominya. Menurut Adam Smith, tiap individu memiliki potensi simpati atas individu lainnya sehingga tiap individu didorong memiliki motif kepentingan pribadi (*self interest*). Namun dalam hal ini, Adam Smith tidak menjelaskan wujud kepentingan pribadi yang akan dicapai seorang individu sehingga implementasi konsepnya sering menimbulkan paradox kehidupan. Di satu sisi, individu ingin mendapatkan kesejahteraan, namun di sisi lain kegiatan ekonominya menimbulkan kerugian pada individu lain.

Pemikiran mekanisme pasar Adam Smith mendapatkan perlawanan dari Karl Heindrich Marx (1818-1883 M.). Karl Marx mengembangkan sistem pasar dengan menggunakan pendekatan pertentangan kelas. Latar belakang gagasan Marx ini adalah terjadinya hegemoni oleh satu kelompok atas kelompok lainnya di masyarakat yaitu penindasan kaum borjuis (pemilik modal) atas kaum proletar (pekerja) pada masyarakat yang dibentuk oleh

kapitalisme. Agar terjadi harmonisasi di masyarakat maka diperlukan konflik dengan pendekatan dialektika dalam bentuk revolusi sosial. Apa yang disampaikan oleh Karl Marx tidak mengembangkan system persaudaraan sebagaimana yang terdapat dalam tradisi Muslim mengenai syirkah dan mudhorobah bahkan cenderung membangkitkan potensi konflik dalam masyarakat.

Jejak sekularisasi dalam bidang ekonomi yang dikembangkan Adam Smith dan Karl Marx juga terdapat dalam konsep mekanisme pasar dalam perspektif ekonomi mikro yang dikembangkan dewasa ini. Misalkan pengertian umum pasar hanya diberi makna sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli tanpa menyertakan nilai-nilai yang dikembangkan diantara penjual dan pembeli. Pemisahan nilai-nilai etis juga terdapat dalam pengertian pasar dalam perspektif ekonomi yaitu konteks pertemuan antara penjual dan pembeli barang dan jasa.

Struktur pasar dalam perspektif ekonomi mikro menghasilkan beberapa tipe pasar. *Pertama*, Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang didalamnya terdapat banyak penjual dengan produk yang sama, harga ditentukan pasar, pengetahuan konsumen sempurna, dan produsen baru mudah untuk keluar masuk pasar. *Kedua*, Pasar Monopoli yaitu pasar yang didalamnya hanya ada satu penjual di pasar, sehingga penjual dapat mempengaruhi harga di pasar. *Ketiga*, Pasar Persaingan monopoli, yaitu pasar yang didalamnya terdapat banyak penjual dengan produk yang berbeda dan sedikit dapat menentukan harga. *Keempat*, Pasar Oligopoly yaitu pasar

yang didalamnya ada dua atau beberapa penjual produk yang sama di pasar yang memiliki pangsa pasar cukup besar.

Sebagai instrument sosial, pasar berfungsi sebagai media untuk mendapatkan kebutuhan manusia. Elemen-elemen pasar dalam ekonomi mikro konvensional terdiri dari permintaan dan penawaran dengan mekanisme yang ditentukan berdasarkan harga barang. Aksioma dalam permintaan menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang, makin tinggi suatu permintaan sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, makin rendah permintaan. Sedangkan aksioma dalam penawaran menyatakan makin tinggi harga suatu barang, makin banyak barang yang ditawarkan, sebaliknya makin rendah harga suatu barang, makin sedikit barang yang ditawarkan. Dalam hal ini harga lah yang melahirkan permintaan dan penawaran. Harga seperti ini bersifat spekulatif.

Disamping itu motif permintaan dan penawaran dilandasi oleh motif *self interest* dan *utility*. Namun sesuai dengan karakteristik sekular ekonomi konvensional maka motif *self interest* dan *utility* yang digunakannya tidak berlandaskan pada nilai-nilai agama. Alih-alih bersandar pada agama, bahkan cenderung mengembangkan nilai yang bertentangan dengan agama misalkan dalam menetapkan kepuasan konsumen. Dalam ekonomi mikro konvensional kepuasan dicapai apabila konsumen menghabiskan pendapatannya untuk membeli barang atau jasa di pasar. Dalam hal ini ego konsumen maupun ego produsen dibiarkan berkembang dalam menghabiskan sumber daya di pasar. Dalam perspektif Islam, perilaku tersebut masuk pada kategori *israf*.

Hal lain yang menjadi indikasi adanya sekularisasi dalam ekonomi konvensional adalah keterbatasan tujuan konsumsi hanya untuk tujuan fisik. Efek keterbatasan tujuan konsumsi ini melahirkan hukum "*the law of diminishing utility*" suatu konsep yang menyatakan adanya kepuasan yang semakin menurun. Tokoh yang dianggap berperan dalam pengembangan hukum permintaan dan penawaran dan hukum "*the law of diminishing marginal utility*" adalah Leon Walras dan William Stanley Jevons, dua orang tokoh ekonomi yang memiliki latar belakang pengetahuan fisika. Dalam perspektif Islam, jika konsumsi disandarkan pada ajaran agama seperti qona'ah dan syukur dalam konsumsi maka hukum kepuasan yang semakin menurun tidak akan terjadi.

Dalam perspektif ekonomi konvensional, harga diserahkan pada kekuatan permintaan dan penawaran dalam bingkai doktrin *invisible hand* (tangan ghaib). Dalam hal ini unsur harga menjadi faktor penentu permintaan dan penawaran, sehingga harga bersifat spekulatif. Menurut Kapitalisme, melalui doktrin *invisible hand*, mekanisme pasar akan berjalan teratur dan rapi. Akan tetapi dalam implementasinya doktrin ini mengandung keterbatasan-keterbatasan dalam bentuk tidak terjadinya persaingan bebas yang sempurna dan terjadinya eksternalitas. Kegagalan Kapitalisme ini dijelaskan oleh ilmuwan ekonomi Amerika Thorstein Bunde Vablen (1857-1929) yang menyatakan bahwa kapitalisme mengakibatkan kekacauan dunia ekonomi Amerika dengan beberapa indikasi. *Pertama*, akibat pengembangan Kapitalisme, perilaku masyarakat Amerika terjangkiti penyakit *conspicuous*

consumption yaitu dengan harta yang melimpah, masyarakat berlomba-lomba membeli barang yang digunakan untuk pamer. *Kedua*, Amerika telah melahirkan pebisnis yang bersifat *predator* dan *absentee ownership*. Munculnya gejala pengusaha predator ditunjukkan dengan adanya pengusaha yang memperoleh keuntungan dengan berbagai cara tanpa memperdulikan nasib orang lain, termasuk karyawan dan pegawai yang bekerja di perusahaannya. Sementara timbulnya pengusaha *absentee ownership* ditunjukkan dengan adanya pengusaha yang memiliki modal besar tetapi tidak ikut langsung dalam kegiatan operasional perusahaan. Pengusaha tersebut hanya focus pada upaya mempengaruhi penguasa agar dapat memperoleh hak-hak istimewa dalam menguasai bahan mentah dan daerah pemasaran. Dalam pandangan Vablen pengusaha seperti ini melahirkan kelompok *leisure class* yang suka bersenang-senang semata.

Fenomena kuatnya pengakuan masyarakat atas pengetahuan pasar yang bersumber pada pemikiran Kapitalisme dan Sosialisme dari Barat telah menutup jejak pemikiran pasar yang bersumber dari tokoh Muslim klasik. Tokoh utama penggagas pasar yang pemikirannya dianggap genuine dan diminati oleh masyarakat adalah Adam Smith (1723-1790 M). Dalam pandangan Adam Smith, mekanisme pasar ideal adalah mekanisme pasar individualis yang berjalan tanpa campur tangan pemerintah yang disebut dengan pasar bebas. Tanpa pemerintah, kepentingan pekerja, pemilik modal dan konsumen di pasar akan dapat terpenuhi secara seimbang dengan bimbingan *invisible hand*. Pemikiran Adam Smith yang dituangkan dalam karyanya yang

berjudul *The Wealth of Nation* banyak mendapatkan perhatian masyarakat penganutnya sehingga pemikirannya dianggap penting dan memiliki posisi yang strategis dalam pengembangan dan implementasi ekonomi. Pemikiran Adam Smith pun jadi mewarnai kehidupan manusia hampir di seluruh belahan dunia seperti Eropa, Amerika, Jepang dan negara-negara yang tergabung dalam empat macan Asia dan tiga macan kecil Asia. Kemudian berlanjut dengan masih diakuinya pemikiran Karl Marx (1818-1883 M). Karl Marx menolak pemikiran Adam Smith dan memberikan peran negara untuk melindungi pekerja dan konsumen untuk mengimbangi kuatnya peran pemilik modal melalui pendekatan materialism dialektika yang dikembangkan dalam karyanya yang berjudul '*Das Capital*'. Pemikiran Karl Marx ini berkembang di Negara Rusia dan Cina.

Pemikiran yang bersumber pada Kapitalisme dan Sosialisme dari Barat di atas, memukau sebagian ummat Islam baik dari kalangan akademisi, praktisi maupun birokrasi sehingga menutup jejak prestasi dan karya ilmiah yang bersumber dari tokoh Muslim klasik. Akibatnya ummat Islam merasa tidak memiliki garis benang merah dengan pemikiran etika dan mekanisme pasar yang bersumber dari tokoh Muslim klasik dan memberikan apresiasi yang tinggi pada pemikiran pasar yang bersumber pada Kapitalisme dan Sosialisme dari Barat itu. Padahal dalam pemikiran Kapitalisme dan Sosialisme dari Barat tersebut mengandung ontology, epistemology maupun aksiologi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam yang pada akhirnya menjauhkan ummat Islam dari ajaran Islam itu sendiri.

Oleh Karena hal itu, jejak pemikiran Kapitalisme dan Sosialisme dari Barat yang menjadi kabut di kalangan umat Islam harus disingkirkan serta diganti dan atau dilengkapi dengan pengungkapan khazanah pemikiran mekanisme pasar dari tokoh Muslim klasik yang memiliki kesesuaian dengan ajaran Islam.

Berbeda dengan ekonomi konvensional yang memiliki paradigma materialisme, ekonomi Islam merupakan pengetahuan yang dikembangkan berdasarkan wahyu yaitu *al-Qur'an* dan *al-Hadits*. Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam terdapat dua aspek yang perlu diamati yaitu nilai-nilai kebaikan yang bersumber dari Allah Swt. dan fakta indrawi. Oleh karena itu ekonomi Islam mengandung dua unsur sekaligus yaitu etika dan cara kerja.

Menurut ekonomi Islam, perilaku manusia harus sesuai dengan ajaran Islam. Aspek-aspek perilaku ekonomi yang perlu dikembangkan meliputi tujuan hidup, cara memandang dan menganalisis masalah ekonomi, serta prinsip-prinsip yang harus dipegang untuk mencapai tujuan tersebut.

Tokoh-tokoh Muslim yang telah mengungkapkan pemikiran mekanisme pasar diantaranya adalah Abu Yusuf (113-182 H), Imam Yahya bin Umar (213-282 H.), Imam al-Ghazali (450-505 H) dan Ibn Taimiyyah (661-728 H.).

Diantara tokoh Muslim klasik yang menggagas pemikiran mekanisme pasar di atas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui pemikiran mekanisme pasar Imam al-Ghazali (1058 - 1111 M). Hal menarik dari Imam al-Ghazali sehingga perlu dikaji adalah keunikan personal maupun gagasan yang disampaikannya. Meskipun Imam al-Ghazali dikenal

sebagai seorang sufi, namun beliau memiliki perhatian yang tinggi terhadap pentingnya mewujudkan perilaku konsumsi dan produksi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hal ini berbeda dengan anggapan sebagian masyarakat yang menggambarkan sufi adalah sosok yang tidak memerlukan kenikmatan dunia. Alih-alih meninggalkan keduniaan, Imam al-Ghazali justru menghasilkan karya ilmiah di bidang ekonomi. Dalam karyanya *Ihya Ulumiddin*, Imam al-Ghazali membahas secara panjang lebar dalam bab tersendiri tentang bagaimana cara-cara melakukan tata kesopanan konsumsi dalam Kitab *adab al-akli* dan tata kesopanan berusaha dan mencari nafkah dalam kitab *adab al-Kasbi wa al ma'asyi*. Bahkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman, ditemukan bahwa diantara karya ilmiah Imam al-Ghazali telah mengungkapkan elemen-elemen pasar seperti permintaan dan penawaran serta harga.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*libray research*) yang menjadikan sumber perpustakaan untuk mendapatkan data penelitian. proses penelitian diawali dengan pengumpulan data dalam bentuk buku-buku yang membahas pemikiran pasar Imam Ghazali, terutama kitab *Ihya' Ulumiddin* yang ditulis oleh Imam Ghazali. Buku tersebut dijadikan sebagai data primer. Selanjutnya peneliti juga mengkaji Imam Ghazali Setelah data primer dan sekunder terkumpul secara memadai kemudian dilakukan analisis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Metode analisis isi adalah mendeskripsikan data-data yang telah

terkumpul dan sudah dianalisis sehingga terbentuk suatu gambaran yang utuh tentang pemikiran Pasar Imam Ghazali yang terdapat dalam kitab *Ihya' Ulumiddin*. Analisisnya menggunakan pendekatan kritis yang bersifat koroborosif (membandingkan dua keadaan) dan koligasi (menafsirkan suatu keadaan khusus yang dihubungkan dengan konsepsi umum).

Penelitian ini menggunakan tahap orientasi, eksplorasi dan analisis. Pada langkah orientasi dilakukan pengumpulan data secara umum dan melakukan observasi untuk memperoleh informasi umum obyek penelitian sebanyak-banyaknya.

Pada tahap eksplorasi, peneliti melakukan kajian yang lebih fokus, agar terkumpulkan data yang lebih terarah dan spesifik. Khusus untuk kitab *Ihya' Ulumiddin*, eksplorasi dilakukan dengan menelusuri indeks tema. Tema yang diambil dalam kitab *Ihya' ulumiddin* sebagai data penelitian meliputi *Kitab Adab al-akli* (bab tata kesopanan makan), *Kitab adabi al-kasb wa al-ma'asyi* (bab tata kesopanan bekerja dan mencari nafkah), *Kitab Dzamm al-dunya* (bab tercelanya dunia) dan *Kitab al-sabr wa al-syuki* (bab sabar dan syukur) *Kitab al-faqir wa al-Zuhd*. Pada tahap analisis, data yang sudah terkumpul diidentifikasi dan diklasifikasi kemudian dianalisis dengan pendekatan koroborosif dan koligasi.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Mekanisme Pasar

Imam al-Ghazali menganggap pasar memiliki kedudukan yang istimewa sebagai karunia Allah Swt yang dapat

dimanfaatkan untuk mendapatkan sarana kehidupan. Imam al-Ghazali juga memandang positif aktivitas di pasar. Namun menurutnya aktivitas di pasar hendaknya dilakukan dengan kadar yang tidak emosional, melainkan dengan perhitungan-perhitungan yang realistis, seperti ditunjukkan untuk tidak memintaminta, dapat mencukupi keluarga, dan untuk bersedekah.

Imam al-Ghazali mempunyai pandangan bahwa kegiatan ekonomi di pasar merupakan karunia Allah yang diberikan pada manusia untuk dinikmati. Imam al-Ghazali menengarai bahwa adanya permintaan dan penawaran di pasar merupakan anugerah Allah Swt. yang diberikan kepada manusia. Dalam hal ini, Allah Swt. lah yang menciptakan dan menggerakkan kemampuan manusia untuk melakukan permintaan dan penawaran sehingga menimbulkan hubungan timbal balik yang bersifat kasih sayang diantara manusia. Menurut Imam al-Ghazali, terjadinya mata rantai itu bersumber pada kekuasaan Allah Swt. Beliau menyandarkan pendapatnya pada surat *al-Anfal* ayat 63.

Menurut Imam al-Ghazali landasan terjadinya mekanisme pasar adalah sifat kasih sayang. Wujud dasar ikatan mekanisme pasar tersebut adalah aqad yang diucapkan antara konsumen dan produsen. Paradigma ini lah yang menjadi landasan Imam al-Ghazali dalam membangun teori mengenai unsur-unsur yang membentuk mekanisme pasar. Nampak, corak unsur-unsur mekanisme pasar Imam al-Ghazali bersifat dogmatis karena bersumber dari agama dan rasional karena didalamnya mengandung pertimbangan akal.

Unsur mekanisme pasar yang bercorak dogmatis-rasional disebutkan

oleh Imam al-Ghazali sebagai rukun jual beli, yaitu dua orang yang melakukan transaksi, obyek transaksi dan aqad transaksi.

Bagi Imam al-Ghazali keberadaan pasar merupakan sunnatullah atas taqdir manusia sebagai makhluk sosial, dimana ia tidak dapat hidup sendirian melainkan perlu berkumpul dengan orang lain. Sehingga manusia perlu saling tolong menolong dalam menyiapkan sebab-sebab makanan, pakaian dan mendidik anak-anak. Disamping itu Imam al-Ghazali juga menjelaskan jenis pasar yang dapat diwujudkan dalam kehidupan manusia yaitu pasar faktor produksi dan pasar barang.

Nampak pemikiran mekanisme pasar Imam al-Ghazali adalah mekanisme pasar berdasarkan permintaan dan penawaran. Namun dasar pemikiran permintaan dan penawaran yang digagas Imam al-Ghazali berbeda dengan mekanisme pasar yang ada pada ekonomi konvensional.

Dasar pemikiran mekanisme pasar dalam ekonomi konvensional disandarkan pada rasio semata. Bentuk mekanisme pasar dalam ekonomi konvensional menjadikan harga sebagai dasar timbulnya permintaan dan penawaran. Dalam mekanisme pasar konvensional, kehendak individu memiliki otoritas yang tinggi. Bahkan secara implementatif digambarkan pemerintah tidak memiliki wewenang untuk mengatur pasar. Subyek yang dapat mengatur pasar hanyalah tangan tak terjangkau (*invisible hand*). Di samping itu dalam ekonomi konvensional permintaan dan penawaran dilandasi dengan nilai *utility* (kepuasan) yang mendorong manusia menikmati materi tanpa terkendali.

Pandangan yang mengandung spekulasi harga dan individualis seperti ini mudah melahirkan anomali ekonomi seperti yang dapat kita saksikan pada saat idul fitri, maupun idul adha di mana berlaku harga yang tinggi pada saat permintaan meningkat.

Imam al-Ghazali menganggap penting kedudukan pasar dalam kehidupan manusia, namun dalam kapasitasnya sebagai sufi, beliau menginginkan mekanisme pasar yang ada, tidak mendorong manusia lupa pada kedudukannya sebagai makhluk Allah Swt. seperti yang terjadi pada masa kehidupannya.

Imam al-Ghazali juga menyebutkan beberapa khayalan-khayalan merusak yang mengalahkan akal manusia yang terjadi pada mekanisme pasar yaitu :

- a. Cara kerja pasar yang hanya ditujukan untuk makan dan makan untuk bekerja.
- b. Cara kerja pasar yang hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan syahwat perut dan sex.
- c. Cara kerja pasar yang hanya ditujukan untuk memperbanyak harta.
- d. Cara kerja pasar yang hanya ditujukan untuk mencari popularitas.
- e. Cara kerja pasar yang ditujukan untuk mendapatkan kekuasaan.

Sebagai ulama yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam, Imam al-Ghazali memberikan solusi agar manusia tidak terjebak dengan kahayalan-khayalan yang merusak maka mekanisme pasar perlu dilandasi dengan pengetahuan-pengetahuan maupun praktik yang bersumber dari Nabi Muhammad Saw. dan para Sahabat.

B. Etika Perilaku Pasar

Pemikiran etika Imam al-Ghazali memiliki garis benang merah yang terhubung dengan paham keagamaan Asy'ariyah yang memiliki keyakinan dapat bertemu Allah di akhirat kelak, serta menolak adanya hubungan sebab dan akibat dalam moralitas. Dalam paham asy'ariyah akal tidak dapat mengetahui kebaikan-kebaikan sehingga untuk mengetahui kebaikan diperlukan wahyu. Implikasi dari pemahaman tersebut kebaikan-kebaikan di pasar yang digagas Imam al-Ghazali semuanya bersumber pada wahyu. Dalam memahami wahyu, Imam al-Ghazali telah membagi wujud pada lima bentuk yaitu wujud esensi, indrawi, khayal, rasional dan metafora yang dapat digunakan untuk memahami wahyu.

Oleh karena hal itu dapat kita temukan nalar pemikiran etika pasar Imam al-Ghazali berada pada teks *al-Qur'an*, *al-Hadits*, dan *Atsar* para Sahabat yang dijelaskan secara argumentative dengan pendekatan akal maupun intuisi sehingga menghasilkan gagasan-gagasan etika yang religius sekaligus spiritual. Secara umum etika religius ini juga dikembangkan dalam perekonomian Islam modern. Dalam perekonomian modern, pengembangan etika religius ini berfungsi sebagai pembeda antara ekonomi Islam dengan ekonomi positif yang bertumpu pada etika rasional.

Dalam lingkup ekonomi mikro, etika pasar Imam al-Ghazali ditujukan pada pembentukan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Pada umumnya perilaku atau aktivitas-aktivitas itu merupakan manifestasi kehidupan psikis.

Nilai-nilai kebaikan yang bersumber pada *al-Qur'an* dan *al-Hadits* itu

diinternalisir manusia secara lahir dan batin pada aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan) dan psikomotorik (perbuatan) sehingga melahirkan perilaku etis di pasar

Secara konseptual, etika pasar Imam al-Ghazali dapat dijelaskan sebagai berikut :

Aspek Kognitif; Pengetahuan tentang Nilai - Nilai Kebaikan di Pasar

Dalam hal ini Imam al-Ghazali memandang keadilan sebagai lawan kedzaliman. Kedzaliman adalah sesuatu yang mengakibatkan madharat kepada orang lain. Kemadharatan yang ada di pasar terbagi menjadi dua. *Pertama*, kegiatan yang mengandung kemadharatan bagi masyarakat umum seperti penimbunan (ihtikar) dan peredaran uang palsu. Penimbunan yang tidak diperbolehkan adalah penimbunan pada saat terjadi kelangkaan barang.

Kedua, kegiatan yang mengandung kemadharatan secara khusus bagi orang-orang yang melaksanakan muamalah khususnya kepada orang Muslim. Kemadharatan jenis kedua ini dicontohkan oleh Imam al-Ghazali seperti: Melakukan promosi yang menyesatkan dengan menginformasikan kualitas produk yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang sebenarnya; Membiarkan dan merahasiakan cacat dan sifat-sifat yang ada pada produk; Mengurangi timbangan dan ukuran produk; Mengeksploitasi konsumen dengan tidak jujur pada harga yang berlaku.

Ihsan adalah melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi orang yang bermuamalah. Ukuran nilai ihsan di pasar menurut Imam al-Ghazali diantaranya adalah :

1. Meminimalisasi permainan harga di pasar. Menurut Imam al-Ghazali, permainan harga termasuk dalam perbuatan munkar di pasar yang harus dihilangkan. Dalam lingkup ekonomi mikro upaya untuk mencegah terjadinya permainan harga adalah dengan melakukan pendidikan akhlak atau pembentukan perilaku etis individu atau masyarakat pada aspek kognitif, afektif maupun psikomotorik. Dalam lingkup makro ekonomi, pencegahan permainan harga adalah dengan membentuk lembaga hisbah yang dapat menjalankan fungsi amar ma'ruf nahi munkar.
2. Konsumen dapat mentolerir kecurangan harga yang berasal dari pedagang kecil, misalnya harga yang ditetapkan pedagang kecil tidak sesuai dengan kualitas barang.
3. Kebaikan dalam harga dan hutang. Kebaikan dalam harga yang dimaksudkan Imam al-Ghazali adalah adanya kebaikan dalam menetapkan harga secara fleksibel. Imam al-Ghazali mencontohkan cara-cara kebaikan dalam harga yaitu dengan cara memberikan harga yang terjangkau, dalam bentuk penundaan pembayaran dan kemudahan dalam pembayaran hutang.
4. Kebaikan dalam pembayaran hutang. Imam al-Ghazali memandang hutang baik dilakukan jika memang seseorang membutuhkannya. Apabila telah mampu untuk melunasinya maka, harus segera melakukan pembayaran hutang. Apabila belum mampu membayar hutang, maka ia berniat untuk membayarnya manakala telah mampu. Sebaliknya seseorang yang memberikan piutang

karena memang ia dalam keadaan mampu.

5. Kebaikan dalam bentuk pembatalan jual beli kepada orang yang minta membatalkan jual beli.
6. Kebaikan dengan cara memberikan perhatian pada fakir dalam bentuk penundaan pembayaran.

Aspek Afektif

Dalam hal ini Imam al-Ghazali telah melataknkan dasar ukuran kebutuhan manusia yang dibolehkan agama yaitu ukuran penting (*dharuri*), ukuran yang dibutuhkan (*hajah*), dan ukuran kesenangan (*tana'um*). Kebutuhan dharuri adalah suatu kebutuhan yang bisa tidak bisa harus dipenuhi oleh manusia, sebab jika tidak maka akan rusaklah kehidupan manusia, Kebutuhan hajjat adalah kebutuhan pendamping bagi kebutuhan dharurat . Sedangkan kebutuhan tana'um adalah kebutuhan yang bersifat bersenang-senang semata. Dalam pandangan Imam al-Ghazali manusia perlu memenuhi kebutuhan dharurat dan hajjat. Namun menyangkut memenuhi kebutuhan tana'um maka seyogyanya manusia dapat menjaga diri.

Melalui motivasi seperti ini, jiwa manusia dalam keadaan terhubung dengan Tuhannya dan mengetahui apa yang harus dilakukan dengan tepat dalam menggunakan hak keduniaanya pada saat melakukan jual beli .

Adapun motivasi eksternal dalam melaksanakan aktivitas di pasar adalah adanya sumber daya alam yang dapat digunakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Imam al-Ghazali membagi sumber daya alam pada tiga jenis yaitu barang tambang, tumbuh-tumbuhan dan binatang.

Aspek Psikomotorik

Dalam konteks menjunjung tinggi ajaran agama, sikap baik dalam berusaha adalah: 1). Melakukan perdagangan hanya pada produk-produk yang penting bagi masyarakat ; 2). Sikap mempertahankan ibadah di pasar; 3). Sikap untuk tetap berdzikir pada Allah di pasar; 4). Sikap bersahaja di pasar; 5). Sikap menjauhi perbuatan yang haram dan syubhat di pasar, dan 6). Sikap berhati-hati dan kritis dalam bergaul di pasar agar terhindar dari perbuatan-perbuatan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Sedangkan sikap konsumen adalah: Menyesuaikan dengan peradaban, Tidak berlebih-lebihan, dan Rela dengan makanan yang tersedia.

Bagi Imam al-Ghazali, setiap orang yang berdagang haruslah memiliki ilmu perdagangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Ketiadaan ilmu pada orang yang berdagang dapat mengakibatkan orang tersebut tidak dapat mengevaluasi apakah usaha yang dilakukannya benar atau salah dalam pandangan Islam.

Imam al-Ghazali telah memberikan ilustrasi kegiatan di pasar yang dapat dijadikan sebagai landasan kokoh bagi penjual ataupun pembeli. Kegiatan-kegiatan di pasar menurut Imam al-Ghazali dilakukan dalam konteks menghargai agama. Oleh karena itu transaksi-transaksi yang dapat dilakukan di pasar adalah kegiatan yang tidak melanggar syariat Islam. Adapun bentuk transaksi yang tidak melanggar syariat adalah transaksi yang dimaksudkan untuk mendapatkan manfaat tidak berdasarkan riba, melainkan berdasarkan keuntungan, upah, maupun bagi hasil. Aqad-aqad yang dikembangkan pada masa Imam al-

Ghazali adalah jual beli, sewa menyewa, salam, qiradh, syirkah.

Imam al-Ghazali melarang riba nasi'ah dan riba fadhliyyah karena ada unsur kedzaliman. Riba nasiyah adalah riba yang dilakukan karena adanya penundaan waktu pembayaran. Imam al-Ghazali memberikan contoh riba nasiyah dengan barter yang dilakukan pada zamannya dengan cara tidak tunai dan tidak satu majlis. Imam al-Ghazali mengatakan yang artinya sebagai berikut:

Adapun nasiyah adalah jika tidak menjual sesuatu dari benda emas dan perak dengan sesuatu dari benda emas dan perak kecuali dengan tunai, yaitu saling menerima dalam satu majlis.

Dalam kata tidak tunai di atas, menunjukkan bahwa barter yang dilakukan terdapat tambahan di lain waktu yang ditetapkan oleh para pihak yang bertransaksi. Adanya unsur tambahan di lain waktu inilah yang menjadikan transaksi tersebut bersifat dhalim dan dimasukkan pada kategori riba nasi'ah.

Dalam konteks kekinian, riba nasi'ah ini dapat dijumpai pada transaksi yang berdasarkan bunga, yaitu melakukan tukar menukar uang dengan adanya tambahan pada jangka waktu tertentu sebagaimana yang ada pada bank konvensional.

Riba fadhliyyah yang dijelaskan Imam al-Ghazali ini juga terjadi pada transaksi barter yang terjadi pada masanya.

Jual Beli

Jual beli merupakan transaksi yang diperbolehkan secara syar'i. Imam al-Ghazali merupakan tokoh sufi yang masih berpegang pada kaidah-kaidah

fiqh seperti rukun dan syarat. Menurut Imam al-Ghazali, jual beli memiliki tiga rukun, yaitu orang yang beraqad, sesuatu yang diaqadkan dan lafal jual beli.

Syarat orang yang beraqad menurut Imam al-Ghazali yaitu *mukallaf* atau orang yang pantas mendapatkan tuntutan, berakal, dan merdeka. Dalam hal ini anak kecil dan orang gila tidak termasuk golongan yang diperbolehkan bertransaksi karena belum mencapai *mukallaf*. Transaksi yang dilakukan anak kecil dan orang gila termasuk batal dan tidak syah meskipun orang tuanya menyetujuinya. Demikian juga dengan transaksi budak harus dilakukan atas persetujuan oleh tuannya. Sedangkan transaksi orang buta boleh dilakukan jika diwakilkan pada orang yang dapat melihat.

). Ijarah (Sewa Menyewa)

Imam al-Ghazali membagi rukun *ijarah* menjadi dua yaitu biaya sewa (*ujroh*) dan manfaat. Apabila barang yang disewa adalah benda maka hendaknya biaya sewa itu diketahui jumlahnya. Apabila objek sewanya tanggung jawab maka hendaknya diketahui sifat dan ukuran biaya sewa.

Adapun maksud manfaat dalam persewaan adalah suatu pekerjaan. Syarat pekerjaan tersebut adalah dibolehkan dan telah lazim dilakukan oleh suatu masyarakat.

Aqad al-Qirad (bagi Laba)

Qirodh atau *mudharabah* merupakan entitas peradaban yang memiliki landasan kokoh dalam kebudayaan Muslim. Pengertian *Qirodh* secara bahasa adalah potongan (*القطع*). Adapun pengertian terminology *Qiradh* menurut fuqaha Hanafiyyah adalah 'sesuatu yang diberikan seseorang dari

harta mitsl (yang memiliki perumpamaan) untuk memenuhi kebutuhannya'.¹ pengertian lain *Qiradh* atau *mudharabah* adalah ' *Pemilik modal menyerahkan modalnya kepada pekerja untuk diperdagangkan, sedangkan keuntungan dagang itu menjadi milik bersama dan dibagi menurut kesepakatan bersama*'. Rukun *Qiradh* terdiri dari orang yang melaksanakan *qiradh*, pokok modal dan pembagian keuntungan serta ketentuan pekerjaan. Rukun yang ditetapkan para fuqaha di atas memiliki kesamaan dengan rukun *qirad* yang ditetapkan Imam al-Ghazali yaitu terdiri dari modal, laba dan ketentuan pekerjaan yang dipekerjakan. Syarat modal adalah barang tersebut bersifat tunai dan berharga di masyarakat. Adapun laba *qiradh* harus diketahui bagian-bagiannya seperti sepertiga atau setengah persen dari modal. Sedangkan jenis pekerjaan yang dilakukan pekerja adalah perdagangan. Syarat pekerjaan itu tidak dibatasi dengan suatu ketentuan ataupun waktu. Seperti ketentuan untuk tidak berdagang kecuali dengan sutera merah.

Aqad Syirkah

Syirkah juga merupakan salah satu peradaban Muslim di bidang ekonomi yang sudah mapan. Oleh karena itu, *syirkah* sudah banyak dibahas oleh para fuqaha. Secara umum, *syirkah* memiliki kesamaan makna dengan bahasa Arab *اختلاط* yang artinya adalah '*bercampurnya salah satu dari dua harta dengan harta lainnya, tanpa dapat dibedakan antara keduanya*'.²

¹ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2001) h. 151

² Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, h. 183

Para fuqaha telah memberikan makna terminologi syirkah dalam berbagai versi. Di antara pendapat tersebut adalah pendapat Fuqaha Malikiyah yang memberikan makna syirkah sebagai berikut :

Izin untuk mendayagunakan (tasharruf) harta yang dimiliki dua orang secara bersama-sama oleh keduanya, yakni keduanya saling mengizinkan kepada salah satunya untuk mendayagunakan harta milik keduanya, namun masing-masing memiliki hak untuk bertasharruf.³

Pengertian lain, dapat diambil dari pendapat fuqaha Hanafiyah, syirkah yaitu '*ungkapan tentang adanya aqad antara dua orang yang bersekutu pada pokok harta dan keuntungan*'.⁴

Imam al-Ghazali termasuk ulama yang menyetujui syirkah inan. Pada masa Imam al-Ghazali terdapat empat jenis syirkah yang berlaku di masyarakat. Tiga diantara syirkah tersebut batal dan hanya satu yang dipandang boleh dilakukan menurut Imam al-Ghazali. Jenis syirkah yang tidak diperbolehkan tersebut adalah syirkah al-mufawadhah, syirkah abdan dan syirkah wajah. Syirkah mufawadhah yaitu syirkah yang dilakukan dengan tujuan menanggung kerugian dan keuntungan bersama, dengan jumlah modal yang sama diantara kedua orang yang bersyirkah. Adapun syirkah abdan yaitu dua orang bersekutu di dalam upah pekerjaan. Sedangkan syirkah wajah yaitu salah seorang dari dua orang itu mempunyai networking kerabat yang berkuasa dan

informasi yang terpercaya dalam bisnis. Persekutuan seperti ini dalam pandangan Imam al-Ghazali juga batal.

Syirkah yang diperbolehkan adalah syirkah inan yaitu persekutuan harta yang bersifat kokoh yang tidak dapat dibedakan kecuali dengan cara membaginya dengan beberapa ketentuan. Ketentuan tersebut adalah masing-masing pihak yang bersyirkah membolehkan pihak lainnya untuk membelanjakan dan terdapat ketentuan pembagian laba dan kerugian sesuai dengan porsi harta yang dipersekutukan. Penerimaan syirkah inan ini dikarenakan, syirkah inan tidak mensyaratkan adanya modal yang sama, sehingga pemberlakuan syirkah ini bermaksud untuk memudahkan para pelaku syirkah.

IV. KESIMPULAN

Pemikiran mekanisme pasar Imam al-Ghazali maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme pasar dalam ruang lingkup ekonomi mikro adalah 'mekanisme pasar integral partisipatif' yang mencerminkan terjadinya interaksi utuh dan aktif antara produsen dan konsumen dengan nilai-nilai Islam dalam bertransaksi di pasar. Model mekanisme pasar Imam al-Ghazali ini perlu didukung untuk mewujudkan tujuan utama kehidupan.

Pertama untuk mendorong terjadinya kesejahteraan di dunia dan akhirat melalui pertumbuhan ekonomi sector riil sebagaimana dijelaskan pada surat *at-Taubah* : 105 dan surat *ash-Shaff* : 10-11.

Kedua, untuk melakukan koreksi terhadap pola hubungan yang dikembangkan mekanisme pasar dalam rumpun ekonomi positif dimana harga

³ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, h. 184

⁴ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, h. 184

menghasilkan permintaan dan penawaran.

Namun menyangkut penetapan kaitan antara permintaan, penawaran dan harga yang dilakukan Imam al-Ghazali terdapat perbedaan dengan mekanisme pasar yang dikembangkan oleh ekonomi positif dan ekonomi Islam pada umumnya. Menurut Imam Ghazali kaitan antara permintaan, penawaran dan harga adalah permintaan dan penawaran lah yang menghasilkan harga. Sementara kaitan permintaan, penawaran dan harga menurut rumpun ekonomi positif dan sebagian rumpun ekonomi Islam adalah harga yang menghasilkan permintaan dan penawaran sebagaimana telah dijelaskan dalam hukum permintaan dan penawaran. Hukum permintaan dalam rumpun ekonomi positif dan sebagian rumpun ekonomi Islam seperti yang dikembangkan Cendekiawan Muslim seperti Adiwarmanto Karim dan Cendekiawan Muslim LP3EI UII Yogyakarta menyatakan bahwa ' Pada harga yang rendah akan menghasilkan tingginya permintaan' dan 'Pada harga yang tinggi akan menghasilkan permintaan yang rendah'. Hukum penawaran menyatakan: ' pada harga yang rendah akan menghasilkan penawaran yang rendah, dan 'pada harga yang tinggi akan menghasilkan penawaran yang tinggi'.

Kaitan permintaan, penawaran dan harga menurut Imam Ghazali menghasilkan hukum permintaan dan penawaran sebagai berikut : 'Pada saat terjadi ketidakseimbangan jumlah permintaan dan penawaran maka akan menghasilkan harga yang tinggi atau tidak stabil'. 'Pada saat terjadi keseimbangan antara jumlah permintaan

dan penawaran maka akan menghasilkan harga yang rendah atau stabil. Pandangan ini senada dengan hukum permintaan dan penawaran yang dituangkan oleh Abu Yusuf, dan Ibn Taimiyyah.

Adapun etika pasar Imam al-Ghazali adalah etika deontology atau etika religius yang bersumber pada ajaran Islam seperti *al-Qur'an*, *al-Hadits*, dan *Atsar*. Nilai-nilai Etika yang bersumber pada *al-Qur'an*, *al-Hadits*, dan *Atsar* dapat diinternalisir oleh manusia pada aspek kognitif, afektif maupun psikomotorik sehingga melahirkan perilaku etis di pasar. Pada aspek kognitif, baik produsen maupun konsumen harus mengerti nilai-nilai keadilan, ihsan dan menjunjung tinggi ajaran Islam sebagai ajaran yang adiluhung. Pada aspek afektif, produsen harus memiliki motivasi dan adalah niat yang sesuai dengan ajaran Islam. Motivasi berdagang yang sesuai dengan ajaran Islam adalah memenuhi kewajiban agama dan untuk dapat memenuhi kebutuhan produsen maupun konsumen. Adapun tujuan produsen yang sesuai dengan ajaran Islam adalah untuk mencapai kemandirian ekonomi, tidak toma'dan dapat memenuhi kebutuhan diri dan keluarga serta melakukan amar ma'ruf nahi munkar di pasar. Sementara bagi konsumen, harus memiliki motivasi agar konsumsi dapat dijadikan sebagai sarana untuk beribadah pada Allah swt dan untuk memenuhi kebutuhan dasar fisik. Pada aspek psikomotorik produsen dan konsumen dilarang melakukan riba dan dianjurkan untuk melakukan aqad-aqad pada sector riil seperti jual beli, sewa menyewa serta melakukan kerjasama berdasarkan bagi hasil.

Konsep etika religius yang dikembangkan Imam Ghazali adalah etika deontology dan otonom, karena mengandung nilai-nilai kebaikan-kebaikan yang bersifat kewajiban dan mengandung nilai-nilai kebaikan dan kemanfaatannya yang tak terbantahkan bagi kehidupan manusia secara lahir dan batin. Hal ini berbeda dengan etika rasional yang terdapat pada mekanisme pasar dalam rumpun ekonomi positif seperti hedonisme dan utilitarianisme. Etika Hedonisme dan utilitarianisme termasuk etika teleology, yaitu etika yang didasarkan pada kebaikan-kebaikan tujuan individu sehingga bersifat situasional dan dapat saja terbantahkan.

Bangun keilmuan mekanisme pasar Imam Ghazali sangat kokoh berlandaskan pada nilai-nilai religius yang ditopang dengan pilar permintaan dan penawaran dan barang yang halal dan menghasilkan perilaku etis dipasar dalam bentuk bersyukur, kemauan bekerja dan bekerjasama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu as sahiy, Syauqy, 1984, "al Māl wa at thuruqu al isti'māruhu fi al Islām", Mesir: Maktabah hasan.
- AA. Islahi, 1997, *Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyyah*, Penerjemah : Anshari Thayyib, Surabaya : Bina Ilmu
- dan Ghazanfar, 1997, *Economic Thought of al-Ghazali*, Jedah, Kairo : Centre King Abdul Aziz University
- Abdou, Diaw, 2009, *Imam al-Ghazali's Views on Economic Activities*, The International Conference of Islamic Economics of The OIC Countries
- Abdullah, M. Amin, 2002, *Antara al-Ghazali dan Kant, Filsafat Etika Islam*, Penerjemah: Hamzah : Jakarta, Mizan
- Adingsih, Sri, 1999, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta : BPFE
- Amalia, Euis, 2007, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*, Jakarta : Granada Press
- Azis Abdul, 2011, *Ekonomi Sufistik Model Al-Ghazali, Telaah Analitik Terhadap Pemikiran al-Ghazalitentang Moneter dan Bisnis*, Bandung : Alvabeta.
- Canon dkk, 2009, *Pemasaran Dasar, pendekatan Manajerial Global*, Penerjemah : Diana Angelica dkk, Jakarta : salemba Empat
- Cendekiawan Muslim, P3EI, 2008, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Chapra, Umer, 2001, *The Future of Economics, On Islamic Perspective*, Penerjemah : Amdiar Amir, Jakarta : SEBI
- Davies, Paul, 2001, *Dasar-Dasar Ilmiah dalam Dunia yang Rasional*, Penerjemah : Hamzah, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Deliarnov, 2005, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Dua, Michael, 2008, *Filsafat Ekonomi, Upaya Mencari Kesejahteraan Bersama*, Yogyakarta : kanisius
- Etzioni, Amitai, 1992, *Dimensi Moral, Menuju Ilmu Ekonomi Baru*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ghazali, Abi, Hamid, al, 2004 *Ihya Ulum al-Din*. Jilid 1, II, III, IV, Al-Qahiroh : Dar al-Hadits

- , 2010, *al-Mustashfa min Ilmi al-Ushul*, Beirut - Lebanon: Dar al-Kotob al-Ilmiyyah
- Haq, Abdul dkk, 2009, *Formulasi Nalar Fiqh, Telaah Kaidah Fiqh Konseptual*, Jilid I, Surabaya : PT. khalista
- Karim Adiwarmanto, 2002, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta, IIT Indonesia
- Kartanegara, Mulyadhi, 2003, *Menyibak Tirai Kejahilan, Pengantar Epistemologi Islam*, Jakarta : Mizan
- , 2002, *Menembus Batas Waktu, Panorama Filsafat Islam*, Jakarta : Mizan
- Kattsof, O, Louiss, 1996, *Pengantar Filsafat, Penerjemah : Soejono Soemargono*, Yogyakarta : Tirai Wacana
- Keraf, Sony, 1998, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Jakarta : Kanisius
- Lowes Bryan, Christopher Pass, 1997, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Edisi Kedua, Penerjemah Tumpal Rumapea, Jakarta : PT. Erlangga
- Madjid, Nurkholish, 1994, *Khazanah Intelektual Islam*, Jakarta : Bulan Bintang
- Manan, M. Abdul, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, Penerjemah : M. Nastangin, Jakarta: PT. dana bakti Wakaf
- Nopirin, 2000, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE
- Nordhaus, D. William, Samuelson A, 1992, *Ekonomi*, Penerjemah : Jaka Wasana, Jakarta : PT. Erlangga
- Nasution Harun, 1972, *Teologi Islam, Aliran-Aliran Sejarah, Analisa Perbandingan*, Jakarta : UI Press
- , 2011, *Islam, ditinjau dari berbagai aspeknya*, Jakarta : UI Press
- Ormerod, Paul, 1998, *Matinya Ilmu Ekonomi*, saduran : Parakritri T. Simbolon, Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia
- Qardhawi, Yusuf, 2004, *Norma dan etika Ekonomi Islam*, Penerjemah : Zainal Arifin, Jakarta : Gema Insani Press
- Rakhman, Budi Munawar, *Ensiklopedi Nurcholish Madjid*, Jilid 2 dan 3, Jakarta : Mizan
- Rohman, Abdur, 2011, *Ekonomi al-Ghazali, Menelusuri Konsep Ekonomi Islam dalam Ihya Ulum al-Din*, Surabaya : PT. Bina Ilmu
- Sairin, Safri dkk. 2002, *Pengantar Antropologi Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Shiddiqi, ash, Hasby, M, 1999, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang : Pustaka Rizki Putra
- Sugono, Dendi, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta : Obor Indonesia
- Sukirno, sadono,.....*Pengantar Teori Mikro Ekonomi*,: Bina Grafika
- Suseno, Murni, Frans, 1995, *Filsafat sebagai Ilmu Kritis*, Yogyakarta : Kanisius
- Suriasumantri, Jujun, S, 1994, *Ilmu dalam perspektif, Sebuah Kumpulan Karangan tentang hakikat Ilmu*, Jakarta : yayasan Obor Indonesia
- Syafii, Rahmat, 2001, *Fiqh Muamalah*, Bandung, Pustaka Setia

- Walgito, Bimo, 2010, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Wojowasito, S, dkk., 1980, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Cet III, Bandung : Hasta
- Zed, mestika, 2008, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta, : yayasan Obor Indonesia
- Zubair, Charis, Ahmad, 1995, *Kuliah Etika*, Jakarta : PT. Rajagrafindo