

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mekanisme Harga Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Pasar

Dalam arti ekonomi, pasar seringkali diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli (permintaan dan penawaran) untuk melakukan transaksi jual beli. Konsep tradisional, pasar diartikan sebagai “tempat” bertemunya kekuatan penjual (*supply*) dan kekuatan pembeli (*demand*) sehingga menimbulkan transaksi. Pengertian lain menekankan sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli. Pengertian dalam konsep tradisional menekankan arti pentingnya pasar dalam arti fisik, sehingga dalam pengertian lain pasar tradisional sering disebut sebagai “*pasar kongkrit*”.¹

Menurut fungsinya, satuan-satuan ekonomi individual dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu penjual dan pembeli. Pasar merupakan suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu komoditas (barang dan jasa). Intraksi yang terjadi antara penjual dan pembeli akan menentukan tingkat harga suatu komoditas dan jumlah komoditas yang diperjual belikan. Pasar sendiri dibedakan menjadi dua yaitu pasar komoditas dan pasar faktor. Pasar komoditas diartikan sebagai intraksi antara para pembeli dan penjual dari suatu komoditas dalam menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjual belikan. Sedangkan pasar faktor diartikan sebagai intraksi antara pembeli faktor-faktor produksi dengan para pemilik aktor produksi untuk menetapkan harga dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang dan jasa yang diminta masyarakat.

¹Supriyanto. *Ekonomi 1 : Untuk SMA dan MA Kelas X*. Pusat Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional: Jakarta, 2009, hlm.104-105.

Secara eksplisit, definisi pasar sebenarnya telah menyatakan pembeli dan penjual yang seharusnya diikutsertakan dalam suatu pasar (luas pasar atau *extend of market*). *Extend of market* sendiri menunjukkan batas-batas dalam pengertian geografis maupun pengertian rangkaian komoditas yang dapat dimasukkan kedalamnya, misalnya kita menyebut dengan pasar untuk bensin, batas geografisnya harus jelas, entah itu untuk wilayah Semarang, Jakarta, ataupun untuk semua seluruh Indonesia.

Terkait dengan *extend of market* adalah definisi pasar. Definisi pasar penting karena beberapa alasan berikut²:

- a. Memberi informasi bagi manajemen perusahaan, tentang pihak-pihak yang merupakan pesaing nyata dan pesaing potensial untuk komoditas-komoditas yang berbeda atau yang sama dengan komoditas yang diusahakannya atau akan diusahakannya di kelak kemudian hari.
- b. Memberi acuan kepada pihak manajemen perusahaan tentang batas-batas dari siat komoditas dan batas geografis pasarnya untuk keperluan penetapan harga, diskriminasi harga, penetapan anggaran belanja ataupun untuk keperluan investasi.
- c. Memberi masukan yang berharga kepada pemerintah dalam penetapan kebijakan yang terkait dengan kepentingan publik, seperti misalnya apakah pemerintah mengizinkan atau menolak merger atau akuisisi perusahaan-perusahaan yang memproduksi komoditas-komoditas yang sama.

Dalam konsep modern, pasar diartikan sebagai “bertemunya” kekuatan penjual dan kekuatan pembeli sehingga menimbulkan transaksi. Bertemunya penjual dan pembeli tidak harus secara fisik, tetapi bisa menggunakan berbagai media komunikasi, oleh karena itu pasar modern sering disebut “*pasar abstrak*”.

²Sugiarto Dkk. *Ekonomi Mikro*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2005, hlm 35-36.

Sebetulnya dalam pengertian pasar yang modern bukanlah menunjuk tempat melainkan yang jauh lebih penting adalah aktivitas bertemunya permintaan dan penawaran sehingga menimbulkan transaksi. Interaksi antara penjual atau produsen dan pembeli atau konsumen inilah yang selanjutnya akan membentuk harga yang kita sebut harga pasar.³

Sa'id Taufiq Ubaid mendefinisikan pasar sebagai media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan mendistribusikan barang dan jasa dari satu pihak ke pihak yang lain.⁴

Adiwarman A. Karim juga memberikan definisi pasar, yaitu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan atau penawaran untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli; pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menyewakan atau menjual asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu.⁵

Sedangkan menurut Suprayitno, pasar didefinisikan sebagai suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan dan penawaran dari suatu barang ataupun jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan dan jumlah yang diperdagangkan. Dengan demikian aktivitas usaha yang dilakukan dipasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan

³Supriyanto. *Op, Cit.* hlm.104-105.

⁴Mubarak bin Sulaiman bin Muhammad Ali Sulaiman, *Ahkam al-Ta'amul fial-Aswaq al-Maliyahal-Mu'asirah* Dar Kunuz Ishbiliy, Riyad, 2005, hlm. 28.

⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*. Rajawali Pers: Jakarta, 2010, hlm. 6.

konsumen. Kedua subyek tu masing masing memiliki peranan penting terhadap pembentukan harga barang di pasar.⁶

Sementara menurut Noripin menjelaskan pengertian pasar dalam ilmu ekonomi tidak hanya meliputi kegiatan tukar-menukar yang terorganisir didalam satu lokasi tertentu, tetapi secara umum, pasar menunjukkan sekelompok penjual dan pembeli yang kegiatannya dapat mempengaruhi harga satu produk yang diperjual belikan.

Dalam hal ini, jenis pasar dapat dibedakan atas beberapa bagian⁷:

- a. Banyaknya produsen yang beroperasi atau berproduksi,
- b. Apakah produk yang dihasilkan masing-masing produsen sama atau berbeda, dan
- c. Suka tidaknya satu produsen baru untuk masuk didalam industri.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu institusi atau badan yang menjalankan aktivitas jual beli barang-barang atau jasa-jasa.

2. Fungsi Pasar

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rosulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rosulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain : persaingan

⁶Eko Supriyatno. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Uin Malang Press, Malang. 2008. hlm. 206.

⁷Noripin. Ph.D. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. BPFE-YOGYAKARTA: Yogyakarta, 1994, hlm. 344.

yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.⁸

Tidak hanya dalam ekonomi Islam, dalam ekonomi konvensional pun baik kapitalis maupun sosialis, pasar merupakan fasilitas publik yang vital dalam perekonomian. Sehat atau tidaknya suatu sistem ekonomi dapat dilihat salah satunya dari cara kerja pasar yang dimilikinya.

Pada dasarnya pasar tidak akan pernah dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi, baik negara maupun individu. Hampir segala upaya yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhannya akan barang dan jasa dilakukan dengan bertransaksi dengan para pelaku ekonomi lainnya. Oleh karena itu pasar adalah urat nadi dan barometer bagi suatu perekonomian dan dapat dikatakan bahwa pasar dalam sebuah sistem ekonomi merupakan sebuah keniscayaan yang sudah seharusnya ada.

3. Struktur Pasar

Berbicara bentuk ataupun struktur pasar, penggolongan pasar sering kali hanya dikelompokkan pada pasar persaingan sempurna atau pasar persaingan tidak sempurna (termasuk di dalamnya pasar monopoli, oligopoli dan persaingan monopolistik). Pada dasarnya pembicaraan pasar secara lebih luas masih dapat digolongkan dalam berbagai bentuk yang mendasarkan pada berbagai hal, antarlain sebagai berikut:

a. Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Market Competition*)

Teori pasar persaingan sempurna dibuat atas dasar dua asumsi penting yang berkenaan dengan perilaku perusahaan individual dan yang berkenaan dengan industri. Dalam kaitan dengan perusahaan, diasumsikan bahwa perusahaan dalam pasar persaingan sempurna merupakan perusahaan penerima harga pasar.

⁸P3EI. *Ekonomi Islam*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta 2008, hlm. 301.

Dalam hal ini diasumsikan bahwa perusahaan dapat mengubah tingkat produksi dan penjualannya dalam batas-batas yang mungkin, tanpa menimbulkan efek yang berarti pada harga komoditas yang dijualnya. Perusahaan yang beroperasi di pasar persaingan sempurna tidak dapat mempengaruhi pasar melalui tindakan-tindakan yang dilakukannya sendiri, dengan kata lain perusahaan tersebut menerima secara pasif berapapun harga pasar yang berlaku.⁹

Pasar Persaingan Sempurna diartikan sebagai pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak sehingga tidak ada satupun penjual atau pembeli yang bisa mempengaruhi harga. Harga bagi penjual hanya sebagai *datum* (sudah ada, produsen tinggal mengambil harga yang berlaku di pasar). Pada harga *datum* ini ada kecenderungan sulit diubah dalam jangka waktu tertentu baik oleh penjual atau produsen maupun oleh pembeli atau konsumen. Oleh karena itu pada pasar persaingan sempurna maka produsen hanya sebagai pengambil atau penganut harga (*price taker*). Penjual tidak bisa mempengaruhi harga secara individual karena kuantitas yang ditawarkan oleh penjual secara individual terlalu kecil dibanding pasar secara keseluruhan. Pada pasar persaingan sempurna diasumsikan bahwa seorang penjual bisa menjual berapapun kuantitas di dalam pasar, tanpa mempengaruhi kuantitas pasar secara keseluruhan. Harga pada pasar persaingan sempurna terjadi dari hasil interaksi kurva permintaan dan penawaran seluruh industri.

Dalam pasar seperti ini, harga yang terbentuk benar-benar mencerminkan keinginan produsen dan konsumen. Permintaan mencerminkan keinginan konsumen, sementara penawaran mencerminkan keinginan produsen atau penjual.¹⁰

⁹Sugiarto Dkk. *Op, Cit.* hlm. 291

¹⁰Supriyanto. *Op, Cit.* hlm. 105.

Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar.¹¹

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar Persaingan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition*) sering diartikan sebagai pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang banyak, tetapi dalam pasar tersebut ada satu atau beberapa penjual yang dominan sehingga penjual dominan tersebut bisa mempengaruhi harga atau dalam pasar itu ada satu atau beberapa pembeli yang bisa mempengaruhi harga.

Adanya banyak penjual menyebabkan dalam pasar menjadi ada persaingan, tetapi adanya penjual dominan (misal karena menguasai volume yang cukup signifikan (besar), kualitas cukup baik dan lainnya) menjadikan ada unsur monopolistik (dalam pengertian bisa mempengaruhi harga). Adanya berbagai pihak yang menguasai pasar atau harga melahirkan keberagaman bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna. Secara umum, bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna antara lain pasar monopoli, pasar oligopoli, pasar persaingan monopolistik dibahas berikut ini.

1) Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah pasar produk di mana hanya terdapat satu penjual saja dalam industri tersebut dan untuk produknya tidak tersedia barang pengganti atau substitusi. Oleh karena pada pasar ini penjualnya hanya ada satu saja dan produknya tidak ada barang pengganti maka bagi konsumen tentunya tidak ada pilihan lain. Pembentukan harga dalam pasar ini tidak lagi ditentukan oleh kekuatan tarik-menarik antara

¹¹Adiwarman karim. *Ekonomi Mikro Islam*. PT RajaGraindo Persada, Jakarta. 2012. hlm. 169.

penjual atau produsen dan pembeli atau konsumen, tetapi harga ditentukan oleh produsen (produsen *sebagai price maker* atau pembuat harga).¹²

Diartikan pula, bahwa pasar monopoli adalah pasar dengan pengusaha tunggal, sehingga tidak dimungkinkan terjadinya substitusi yang sempurna terhadap komoditas yang ditawarkan oleh si pengusaha monopoli. Dengan demikian, si pengusaha monopoli tersebut menetapkan kebijakan harga jual, kuantitas produksi serta kebijakan-kebijakan lain.

Bentuk pasar monopoli dibedakan menjadi bentuk pasar monopoli murni dan *near monopoly*. Bentuk pasar monopoli murni adalah bentuk pasar yang ekstrim. Contoh pasar monopoli di Indonesia adalah PLN, PAM, PT Kereta Api, dan lain-lain. Sementara *near monopoly* atau pasar yang mendekati monopoli adalah suatu pasar yang hanya terdiri dari satu orang pengusaha atau satu perusahaan dalam suatu lokasi tertentu. Contohnya adalah penjual satu disuatu daerah tertentu merupakan monopoli murni untuk daerah tersebut, tetapi ia disebut *near monopoly* karena di luar daerah tersebut juga ada penjual sate yang sama.¹³

Dalam Islam keberadaan satu penjual di pasar, atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang. Siapapun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain.

Jadi intinya monopoli dalam arti harfiahnya boleh-boleh saja. Akan tetapi siapapun dia tidak boleh melakukan ikhtiar. Ikhtiar dalam hal ini yakni mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.¹⁴

¹²Supriyanto. *Op, Cit.* hlm. 106-107.

¹³Sugiarto Dkk. *Op, Cit.* hlm. 345.

¹⁴Adiwarman karim. *Op, Cit.* hlm. 174

Sementara faktor yang menimbulkan monopoli adalah¹⁵ :

a) Sumber daya yang unik

Hal ini muncul bila suatu perusahaan menguasai seluruh atau sebagian besar aktor produksi yang diperlukan untuk menghasilkan suatu komoditas tertentu.

b) Skala ekonomis

Pada bagian ini, tingkat teknologi yang digunakan adalah sedemikian modernnya sehingga produksi yang efisien hanya dapat dijalankan bila kuantitas produksinya sangat besar atau meliputi hampir seluruh kuantitas yang diperlukan pasar.

c) Monopoli karena peraturan pemerintah

Pemerintah melalui undang-undang yang dibuatnya mampu menciptakan peraturan yang menimbulkan monopoli. Undang-undang tersebut berkenaan dengan peraturan paten dan hak cipta serta hak usaha eksklusif yang diberikan kepada perusahaan jasa umum.

d) Paten dan hak cipta

Untuk mengembangkan teknologi diperlukan riset yang memakan waktu lama dan biaya yang sangat besar. Oleh sebab itu pengembangan teknologi tidak akan dilakukan perusahaan bila temuan mereka dapat dengan mudah dijiplak oleh perusahaan pesaing. Bila tidak ada peraturan yang melarang penjiplakan, tidak ada untungnya bagi suatu perusahaan untuk menciptakan komoditas-komoditas yang lebih baik mutunya, karena dalam waktu yang singkat perusahaan pesaing akan mampu menirunya.

e) Hak usaha eksklusif

Bila skala ekonomi hanya dapat diperoleh perusahaan setelah mencapai tingkat produksi yang sangat tinggi, maka

¹⁵Sugiarto Dkk. *Op, Cit.* hlm. 347-349.

khalayak ramai akan semakin diuntungkan bila perusahaan diberi kesepakatan untuk menikmati skala ekonomis, dan pada waktu yang sama diharuskan menjual produksinya dengan harga yang rendah. Untuk itu pemerintah harus memberikan hak monopoli kepada suatu perusahaan dalam suatu kegiatan tertentu.

2) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan pasar yang terdiri atas beberapa produsen yang menghasilkan seluruh atau sebagian besar total output di pasar. Pasar ini lebih menyerupai pasar monopoli murni yang dicirikan oleh sejumlah kecil perusahaan-perusahaan besar yang menghasilkan komoditas homogen seperti baja atau komoditas yang berbeda corak seperti mobil.¹⁶

Pasar Oligopoli adalah pasar di mana terdapat beberapa penjual (beberapa penjual yang dimaksud sering antara dua sampai belasan penjual) dalam pasar suatu produk tertentu. Kadang kala ada yang membedakan untuk pasar di mana hanya ada dua penjual saja disebut dengan pasar Duopoli, yang lebih dari dua penjual (dalam pengertian beberapa) disebut dengan pasar Oligopoli. Dilihat dari produk yang diperdagangkan maka dalam pasar oligopoli dapat dibedakan Oligopoli *non differentiated product* dan Oligopoli dengan *differentiated product*.¹⁷

Dalam pasar oligopoli dimana ada sedikit penjual yang menjual barang yang sama, maka aksi penjual harus memperhatikan reaksi penjual lain. Ada dua aksi yang dapat diambil penjual yaitu:¹⁸

- a) Menentukan berapa kuantitas yang akan diproduksinya.
- b) Menentukan berapa harga yang akan ditawarkannya.

¹⁶Sugiarto Dkk. *Op, Cit.* hlm. 412.

¹⁷Supriyanto. *Op, Cit.* hlm. 107

¹⁸Adiwarman karim. *Op, Cit.* hlm. 176

3) Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar di mana terdapat banyak penjual (produsen) sehingga ada unsur persaingan tetapi produknya dapat dibedakan (*differentiated product*) sehingga ada kemampuan penjual untuk mempengaruhi harga. Sebagai pengertian tambahan, bentuk penguasaan pasar oleh pembeli atau tinjauan pasar menurut struktur pembelinya, yang paling sering dibicarakan adalah pasar monopsoni dan pasar oligopsoni.¹⁹

a) Pasar Monopsoni

Pengertian pasar monopsoni menunjuk pada kondisi permintaan akan suatu produk di mana penawaran produk tersebut dari banyak pihak atau penjual, tetapi permintaan akan produk tersebut dalam pasar dikuasai oleh pembeli tunggal. Atau secara singkat dapat dikatakan bahwa pasar monopsoni adalah suatu pasar yang dikuasai oleh satu orang atau badan atau lembaga sebagai pihak pembeli, sehingga pembentukan harga pada pasar ini akan dikuasai oleh pembeli (*pembeli sebagai price maker*).

Adapun contoh pasar bentuk ini yang pernah berlaku, misalnya ketika Bulog (Badan Urusan Logistik) sebagai satu-satunya pembeli tunggal produksi gula pasir milik petani tebu yang dihasilkan melalui pabrik-pabrik gula diseluruh Indonesia. Contoh lain ketika Badan Penyangga Cengkeh Nasional (BPCN) sebagai satu-satunya badan yang ditunjuk sebagai pembeli cengkeh dari petani.

Dalam pasar monopsoni peran pemerintah dalam penentuan harga menjadi penting. Bentuk campur tangan pemerintah dalam pasar ini bertujuan untuk melindungi produsen dari tekanan harga oleh pembeli (*pembeli price*

¹⁹Supriyanto. *Op, Cit.* hlm. 107

maker= pembuat harga). Ujud kongkrit perlindungan terhadap produsen adalah dengan penentuan harga minimum atau harga bawah (*floor price*) yaitu dengan menentukan harga terendah untuk harga jual suatu produk agar produsen tetap masih bisa memproduksi.

b) Pasar Oligopsoni

Pasar Oligopsoni menunjukkan pada suatu kondisi pasar di mana dalam pasar hanya terdapat beberapa pembeli yang menghadapi banyak penjual. Penjual atau produsennya biasanya para petani kecil atau industri kecil sedangkan para pembelinya adalah pedagang atau produsen yang relatif besar. Masing-masing pembeli memiliki peran cukup besar untuk mempengaruhi harga produk/barang yang dibelinya.

Contoh kongkrit pasar ini, misalnya pasar tembakau di daerah sentrasentra tembakau di Pulau Jawa seperti daerah kabupaten Temanggung, Wonosobo, Kendal, Bojonegoro dan lainnya. Produsen atau penjualnya para petani kecil yang sangat banyak jumlahnya sementara pembelinya hanya beberapa pabrik rokok besar seperti Djarum, Sampurna, Gudang Garam, Bentoel dan sebagainya.²⁰

4. Mekanisme Harga Pasar

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian.

Mekanisme pasar sendiri merupakan cara berjalannya pasar berdasarkan pada sistem pasar yang ada. Sistem pasar saat ini dikenal dengan sistem pasar bebas, yang menggunakan prinsip *laissez faire*.

²⁰*Ibid*, hlm. 108.

Hasil dari mekanisme pasar yang dikenal dengan *equilibrium* pasar sangat tergantung pada struktur yang ada.²¹

Kegiatan di pasar sendiri, tidak jauh dari kegiatan permintaan dan penawaran suatu barang ataupun jasa yang berkaitan dengan penjual dan pembeli, di mana hal tersebut akan menentukan tingkat harga suatu barang dan jasa yang berlaku di pasar serta jumlah barang dan jasa tersebut yang akan diperjualbelikan di pasar.

Kegiatan permintaan atau bisa disebut dengan teori permintaan disini menerangkan sifat dari permintaan dan pembeli pada suatu komoditas dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan.

Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu komoditas ditentukan oleh banyak faktor, yaitu²² :

a. Harga komoditas itu sendiri

Dalam teori ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu komoditas terutama dipengaruhi oleh harga komoditas itu sendiri dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan. Meskipun demikian tidak berarti kita mengabaikan pengaruh faktor-faktor lainnya terhadap permintaan.

Secara umum bila harga suatu komoditas tinggi, hanya sedikit orang yang mau dan mampu membelinya. Akibatnya jumlah komoditas yang dibelinya hanya sedikit saja. Kalau harga komoditas tersebut diturunkan, lebih banyak orang yang mampu membelinya sehingga jumlah komoditas yang dibeli makin banyak.

b. Harga komoditas lain yang berkaitan dengan komoditas tersebut

Permintaan suatu komoditas dapat dibedakan atas permintaan individu dan permintaan semua orang di pasar. Hukum permintaan hanya menekankan perhatiannya pada pengaruh harga suatu komoditas terhadap jumlah komoditas tersebut yang diminta.

²¹Anita Rahmawaty. *Ekonomi Mikro Islam*. Nora Media Enterprise. Kudus. 2011. hlm. 129.

²²Sugiarto. *Op, Cit*. hlm. 36-47.

Dalam kenyataannya banyak permintaan suatu komoditas juga ditentukan oleh berbagai faktor lain yang telah disebutkan sebelumnya.

Dalam hubungannya dengan permintaan akan suatu komoditas, kaitan suatu komoditas dengan berbagai jenis komoditas lainnya dapat dibedakan menjadi komoditas pengganti, komoditas penggenap dan komoditas netral.

Komoditas pengganti sendiri merupakan komoditas yang dapat menggantikan fungsi dari komoditas lain sehingga harga komoditas pengganti dapat mempengaruhi permintaan komoditas yang dapat digantikannya. Pada umumnya bila harga komoditas pengganti bertambah murah maka komoditas yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Sementara komoditas penggenap adalah suatu komoditas yang selalu digunakan bersama-sama dengan komoditas lainnya. Sebagai contoh gula adalah penggenap kopi bagi orang yang tidak menyukai kopi pahit.

Sedangkan komoditas netral adalah komoditas yang tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan komoditas lainnya sehingga perubahan permintaan atas salah satu komoditas tidak akan mempengaruhi permintaan komoditas lainnya.

c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pola permintaan atas berbagai jenis barang. Atas dasar sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai jenis barang dapat dibedakan menjadi empat golongan yaitu ;

1) Barang inferior

Merupakan barang yang permintaannya justru berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi

pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang lain yang lebih baik mutunya.

2) Barang esensial

Merupakan barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pada umumnya barang esensial terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat.

3) Barang normal

Merupakan barang yang mengalami kenaikan permintaan seiring dengan naiknya pendapatan seseorang. Begitupun sebaliknya.

4) Barang mewah

Merupakan jenis barang yang dibeli seseorang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi.

d. Corak distribusi pendapatan masyarakat

Perubahan distribusi pendapatan dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis komoditas. Bila konsentrasi pendapatan berada dikalangan kelas atas, maka permintaan akan komoditas mewah maupun sekunder akan meningkat. Dan apabila konsentrasi pendapatan bergeser ke kelas bawah, amakan permintaan akan komoditas yang dibutuhkan oleh kelas bawah akan meningkat dan permintaan akan komoditas mewah akan menurun.

e. Citarasa masyarakat

Bila selera konsumen terhadap suatu komoditas meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat, begitupun sebaliknya.

f. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk biasanya diikuti dengan perkembangan akan permintaan suatu komoditas karena dalam kondisi tersebut akan lebih banyak orang yang membutuhkan komoditas tersebut.

g. Ramalan mengenai keadaan dimasa mendatang

Perubahan yang diramalkan mengenai keadaan di masa datang dapat mempengaruhi permintaan akan suatu komoditas. Bila suatu komoditas di masa datang baik, maka permintaan komoditas tersebut akan naik, begitu juga sebaliknya.

Sedangkan kegiatan penawaran atau teori penawaran menerangkan sifat para penjual dalam menawarkan komoditas yang akan dijualnya. Penggabungan permintaan pembeli dan penawaran penjual akan menentukan harga keseimbangan atau harga pasar.²³ Pada umumnya semakin tinggi harga suatu komoditas, maka semakin banyak jumlah komoditas tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya apabila semakin rendah harga suatu komoditas maka semakin sedikit jumlah yang akan ditawarkan oleh para penjual.

Penawaran komoditas pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya²⁴ :

a. Harga komoditas lain

Hubungan suatu komoditas dengan berbagai jenis komoditas lainnya seperti komoditas pengganti, penggenap dan lain sebagainya.

b. Biaya untuk memperoleh faktor produksi

Biaya adanya tingkat produktivitas dan efisiensi, kenaikan harga aktor-faktor produksi akan meningkatkan biaya produksi. Keadaan ini dapat berakibat berkurangnya prospek keuntungan produsen. Kalau tingkat keuntungan suatu usaha tidak menarik lagi, mereka dapat mengurangi penawaran dalam suatu kegiatan ekonomi tertentu.

²³*Ibid.* hlm. 34.

²⁴*Ibid.* hlm. 53-55

c. Tujuan dari perusahaan

Perusahaan berusaha memaksimalkan keuntungan sehingga mereka akan memanfaatkan kapasitas produksinya pada tingkat kapasitas yang memaksimalkan keuntungannya. Meskipun demikian ada pula perusahaan yang melakukan kegiatan yang lebih selamat dan tidak menanggung resiko.

d. Tingkat teknologi

Tingkat teknologi mempunyai peranan penting dalam menentukan banyaknya jumlah komoditas yang dapat ditawarkan. Kemajuan teknologi dapat mengurangi biaya produksi sehingga harga satuan dari suatu komoditas yang dihasilkan dengan teknologi yang lebih baik akan dapat ditekan lebih rendah atau dengan harga yang sama dapat dihasilkan komoditas dengan kualitas yang lebih baik.

e. Musim

Pengaruh musim terasa sekali pada harga suatu komoditas, sebagai contoh kenaikan harga satuan dari beras pada musim kemarau yang hebat atau ada bencana alam lainnya.

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rosulullah Saw, dan Khulafaurrasyidin.

Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik.

Karena pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus di konsumsi dan di produksi. Sebaliknya biarkan tiap individu dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya. Inilah pola normal dari pasar atau keteraturan alami dalam istilah Al- Ghozali

berkaitan dengan ilustrasi dari evolusi pasar. Selanjutnya Adam Smith menyatakan serahkan saja pada *invisible hand*, dan dunia akan teratur dengan sendirinya. Dasar dari keputusan para pelaku ekonomi adalah voluntari, sehingga otoritas dan komando tidak lagi terlalu diperlukan. Biaya untuk mempertahankan otoritas pun diminimalkan.

Dari pemahaman itu, harga sebuah komoditas ditentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan penawaran dan permintaan.²⁵

Konsep mekanisme pasar ini dalam Islam dapat dirujuk kepada hadits Rasulullah Saw sebagaimana disampaikan oleh Anas RA, sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang di kota Madinah. Dengan hadits ini terlihat dengan jelas bahwa Islam jauh lebih dahulu (lebih 1160 tahun) mengajarkan konsep mekanisme pasar dari pada Adam Smith. Dalam hadits tersebut diriwayatkan sebagai berikut :

وَعَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: (غَلَا السَّعْرُ بِالْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ النَّاسُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ! غَلَا السَّعْرُ، فَسَعَّرْنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ تَعَالَى، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ) رَوَاهُ الْخَمْسَةُ إِلَّا النَّسَائِيَّ، وَصَحَّحَهُ ابْنُ جِبَّانٍ

“Anas Ibnu Malik berkata: Pada zaman Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam pernah terjadi kenaikan harga barang-barang di Madinah. Maka orang-orang berkata: Wahai Rasulullah, harga barang-barang melonjak tinggi, tentukanlah harga bagi kami. Lalu Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Sesungguhnya Allahlah penentu harga, Dialah yang menahan, melepas dan pemberi rizki. Dan aku berharap menemui Allah dan berharap tiada

²⁵Mohammad Hidayat, MBA. *An Introduction To The Sharia Economic*. Katalog Dalam Terbitan (KDT): Jakarta, 2010., hlm. 303.

*seorangpun yang menuntutku karena kasus penganiayaan terhadap darah maupun harta benda."Riwayat Imam Lima kecuali Nasa'i.Hadits shahih menurut Ibnu Hibban."*²⁶

Inilah teori ekonomi Islam mengenai harga.Rasulullah SAW dalam hadits tersebut tidak menentukan harga.Ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah impersonal.Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah-lah yang menentukannya.

Sungguh menakjubkan, teori Nabi tentang harga dan pasar.Kekaguman ini dikarenakan, ucapan Nabi Saw itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah yang sunnatullah atau hukum permintaan penawaran.

Menurut pakar ekonomi Islam kontemporer, teori inilah yang diadopsi oleh Bapak Ekonomi Barat, Adam Smith dengan nama teori *invisible hands*. Menurut teori ini, pasar akan diatur oleh tangan-tangan tidak kelihatan (*invisible hands*).Bukankah teori *invisible hands* itu lebih tepat dikatakan *God Hands* (tangan-tangan Allah).²⁷

Oleh karena harga sesuai dengan kekuatan penawaran dan permintaan di pasar, maka harga barang tidak boleh ditetapkan pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum *supply and demand*.

Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (*price intervention*) bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen.

Di masa Khulafaur Rasyidin, para khalifah pernah melakukan intervensi pasar, baik pada sisi *supply* maupun *demand*. Intervensi pasar yang dilakukan Khulafaur Rasyidin sisi *supply* ialah mengatur

²⁶Khafid Ibn Khajar Al-Asqolani, *Op, Cit.* hlm. 165-166.

²⁷Adiwarman Karim, *Kajian Ekonomi Islam Kontemporer*, TIII, Jakarta, 2003, hlm. 76

jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah.

Sedang intervensi dari sisi *demand* dilakukan dengan menanamkan sikap sederhana dan menjauhkan diri dari sifat konsumerisme.²⁸ Intervensi pasar juga dilakukan dengan pengawasan pasar (*hisbah*). Dalam pengawasan pasar ini Rasulullah menunjuk Said bin Said Ibnul 'Ash sebagai kepala pusat pasar (*muhtasib*) di pasar Mekkah. Penjelasan secara luas tentang peranan wilayah *hisbah* ini akan dikemukakan belakangan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Mekanisme pasar adalah sebuah sistem yang menentukan terbentuknya harga, yang di dalam prosesnya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal diantaranya adalah permintaan dan penawaran, distribusi, kebijakan pemerintah, pekerja, uang, pajak dan keamanan.²⁹

5. Distorsi Pasar

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harus rela sama rela, tidak ada pihak yang terpaksa atau tertipu dengan adanya kekeliruan objek transaksi dalam melakukan transaksi pada barang dengan harga tertentu. Dengan demikian Islam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dengan cara yang adil, artinya tidak ada pihak pihak yang dirugikan.

Dalam teori ekonomi konvensional, struktur persaingan pasar sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal. Karena dalam struktur tersebut banyak kegiatan ekonomi mulai dari kegiatan produksi, konsumsi, maupun distribusi. Hal inilah yang dijadikan

²⁸ *Ibid*, hlm. 78.

²⁹ P3EI, *Op. Cit*, hlm. 301-345

banyak acuan berbagai kebijakan agar semua kegiatan ekonomi mengarah kepada struktur persaingan pasar sempurna.

Namun dewasa ini, situasi tersebut berbeda dengan kenyataan, pada kenyataannya situasi tersebut tidak selalu tercapai dengan baik, hal tersebut dikarenakan ada gangguan gangguan pada mekanisme pasar yang ideal ini. Keadaan tersebut disebut dengan Distorsi Pasar. Gangguan gangguan tersebut dapat berasal dari beberapa sebab, diantaranya unsur permintaan maupun penawaran yang terjadi dipasar, struktur pasar maupun yang lainnya.

Dengan demikian semua praktik transaksi di pasar, baik barang maupun jasa akan berdampak pada tidak tercapainya mekanisme pasar secara efisien dan optimal. Dengan keadaan tersebut maka dapat dipastikan bahwa ada distorsi yang ikut berperan dalam keadaan harga pasar tersebut.

Teori ekonomi Islam yang sedang berkembang saat ini memperkaya analisis distorsi pasar yang dilakukan oleh teori ekonomi konvensional. Mengingat ekonomi Islam adalah ekonomi yang memasukkan nilai nilai moral Islami dan harus sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qu'ran dan As-Sunnah.³⁰

Secara garis besar, menurut ekonomi Islam distorsi pasar dibagi menjadi 3 bagian :

a. Rekasaya permintaan dan rekayasa penawaran

Rekasayasa permintaan atau sering disebut dengan *Bai'an najasy* merupakan transaksi yang diharamkan, hal tersebut dikarenakan penjual menyuruh orang lain untuk memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli. Akibat dari hal ini adalah permintaan palsu dalam artian permintaan yang tidak dihasilkan secara alamiah.

Sedangkan rekayasa penawaran atau sering disebut dengan *Ikhtiar*. Dalam hal ini ikhtiar diidentikkan dengan monopoli.

³⁰Anita Rahmawaty, *Op Cit.* hlm. 159-167.

Padahal sebenarnya, ikhtiar itu tidak diidentikkan dengan monopoli. Dalam Islam, pada awalnya hal tersebut merupakan hal yang tidak dilarang dalam Islam, karena hal tersebut berguna untuk menyimpan barang persediaan. Namun, Islam melarang hal tersebut dikarenakan mencari keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

b. Tadlis (Penipuan)

Apabila salah satu dari salah satu pihak tidak memiliki informasi seperti yang dimiliki pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan ataupun penipuan.

Adiwaraman Karim menjelaskan bahwa Tadlis ataupun penipuan dapat dikategorikan menjadi empat bentuk, yaitu:

1) Penipuan yang menyangkut jumlah barang

Dalam hal ini kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga kuantitas banyak.

2) Penipuan dalam kualitas

Yaitu menyembunyikan kualitas barang yang buruk yang tidak disepakati oleh penjual dan pembeli.

3) Penipuan dalam harga

Yaitu menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli maupun penjual.

4) Penipuan dalam waktu penyerahan

Hal ini terjadi apabila penjual mengetahui secara pasti bahwa ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada besok hari, tetapi menjanjikan akan dapat menyerahkan barang pada besok harinya. Meskipun masalah ini tidak berkaitan dengan harga, namun masalah ini merupakan masalah yang sangat penting.

c. Tagrir (ketidakpastian)

Apabila dalam *Tadlis* dijelaskan hanya satu pihak saja yang merasa dirugikan, dalam *Taghrir* ini yang merasa dirugikan adalah kedua belah pihak (resiko bersama). *Taghrir* sendiri terjadi karena adanya *incomplete information*.

6. Ekonomi Islam

Dalam bahasa Arab ekonomi sering disebut juga sebagai *iqtishad*, yang artinya hemat dalam hal perhitungan. Menurut Save D. Dagun merumuskan bahwa ekonomi merupakan usaha mempergunakan sumber daya secara rasional untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Sementara menurut Pratama Raharjo, berpendapat bahwa ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari perilaku individu dan masyarakat dalam memenuhi pilihan untuk menggunakan sumber daya, menurut ekonom tersebut disebabkan karena keterbatasan atau kelangkaan sumber daya tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ekonomi merupakan bahwa ekonomi itu mempelajari kegiatan manusia baik dalam hal produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dengan menentukan pilihan-pilihan terhadap sumber daya yang langka untuk mencapai kesejahteraan manusia.

Pada dasarnya definisi ilmu ekonomi Islam juga sama dengan definisi ilmu ekonomi diatas. Namun, ilmu ekonomi Islam menetapkan tujuan kegiatan ekonomi itu tidak terbatas pada kesejahteraan dunia, tetapi juga kesejahteraan akhirat.

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual atau empiris, baik dalam hal produksi, distribusi maupun konsumsi yang berlandaskan syariat Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Sunnah dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Ekonomi Islam merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempunyai akar dalam syariat Islam. Islam memandang wahyu

sebagai sumber ilmu pengetahuan yang paling utama. Prinsip-prinsip dasar yang dicantumkan dalam Al-Quran dan hadist adalah batu ujian untuk menilai teori-teori ekonomi modern dan untuk mengembangkan teori-teori baru berdasarkan doktrin ekonomi Islam.³¹

Dari kajian tersebut ditemukan bahwa teori ekonomi Islam sebenarnya bukan ilmu baru ataupun ilmu yang diturunkan secara mendasar dari teori ekonomi modern yang berkembang saat ini. Fakta historis menunjukkan bahwa para ilmuan Islam zaman klasik adalah penemu dan peletak dasar semua bidang keilmuan, termasuk ilmu ekonomi.

Karena itu sangat logis apabila Adiwarman Karim mengatakan bahwa teori ekonomi modern yang saat ini dipelajari di seluruh dunia merupakan pencurian dari teori-teori yang ditulis oleh para ekonom Barat. Mereka melakukan plagiat tanpa menyebut rujukan yang berasal dari kitab-kitab klasik tentang ekonomi Islam.

Indikasi yang menunjukkan pengaruh ekonomi Islam terhadap ekonomi modern ialah diadopsinya kata “*credit*” yang dalam ekonomi konvensional dikatakan berasal dari *credo* (pinjam atas dasar kepercayaan). *Credo* sebenarnya berasal dari bahasa Arab, yaitu “*qaradha*”, yang didalam pengertian fiqh berarti meminjamkan uang atas dasar kepercayaan.

Teori *Invisible hands* yang dikemukakan oleh Adam Smith diduga keras juga berasal dari teori Islam. Menurut teori ini, pasar akan diatur oleh tangan-tangan yang tidak melihat. Harga barang tidak boleh ditetapkan oleh pemerintah, karena ia tergantung pada hukum teori permintaan dan penawaran.

Invisible hand, merupakan adopsi dari hadist Rasulullah yang menjelaskan bahwa Allah-lah yang menentukan harga. Bukan konsep *Invisible hand* ini tepat dikatakan sebagai *Gods hand*.

³¹Mohammad Hidayat, MBA. *Op Cit.* hlm. 20-27.

Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen. Indikasi kuat peniruan teori *invisible hands* terlihat dari uraian-uraian Adam Smith.³²

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dibutuhkan untuk membedakan beberapa jurnal dengan hasil penelitian yang sebelumnya, penulis telah menelusuri kajian pustaka yang menurut penulis permasalahannya sedikit hampir sama dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Buku karya Ibn Khaldun yang berjudul, “*Al-Muqaddimah*”, dalam buku ini mengandung sejumlah besar pembahasan tentang prinsip-prinsip ekonomi, sebagian dari pembahasan ini benar-benar merupakan kontribusi asli Ibnu Khaldun kepada pemikiran ekonomi. Namun beliau juga pantas mendapatkan pujian karena formulasi dan penjelasannya yang lebih terang dan elegan terhadap kontribusi yang diberikan oleh para ilmuwan pendahulu dan pada zamannya. Pandangan beliau tentang prinsip tersebut sedemikian mendalam dan jauh kedepan, sehingga sejumlah teori yang dikemukakannya dapat dipandang sebagai pelopor dari sebagian formulasi modern yang lebih canggih.
2. Jurnal yang disusun oleh Ain Rahni, yang berjudul “Mekanisme pasar dalam Islam”. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu: Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *sub-ordinat*, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara

³²*Ibid.* hlm. 165-173

produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar.

Tetapi oleh karena sulitnya ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (*fair*) dan distorsi pasar sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak, maka Islam membolehkan adanya intervensi pasar oleh negara untuk mengembalikan agar pasar kembali normal.

Pasar yang dibiarkan berjalan sendiri (*laissez faire*), tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan penguasaan pasar sepihak oleh pemilik modal (*capitalist*) penguasa infrastruktur dan pemilik informasi. Asymetrik informasi juga menjadi permasalahan yang tidak bisa diselesaikan oleh pasar. Negara dalam Islam mempunyai peran yang sama dengan dengan pasar, tugasnya adalah mengatur dan mengawasi ekonomi, memastikan kompetisi di pasar berlangsung dengan sempurna, informasi yang merata dan keadilan ekonomi. Perannya sebagai pengatur tidak lantas menjadikannya dominan, sebab negara, sekali-kali tidak boleh mengganggu pasar yang berjalan seimbang, perannya hanya diperlukan ketika terjadi distorsi dalam sistem pasar. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dapat dirujuk kepada hadits Rasulullah SAW. Dengan demikian, Islam jauh mendahului Barat dalam merumuskan konsep mekanisme pasar.

3. Jurnal yang disusun oleh Muh. Sholihuddin, yang berjudul “Kebebasan Pasar Dan Intervensi Negara Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Kebebasan pasar dalam Islam dapat dibenarkan jika memenuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh syara, yaitu dilakukan dengan saling *rida* (suka sama suka), jujur, bersaing secara sehat, dan terbuka. Dengan prinsip ini, maka keadilan harga dalam pasar akan lebih terjamin, sehingga keuntungan dapat merata dan tidak menumpuk pada segelintir orang.

Namun, jika kemudian terjadi penyimpangan dan tiadanya keadilan dalam pasar maka Negara berhak untuk melakukan intervensi demi terjaminnya keadilan harga. Dalam terminologi fiqh, lembaga yang secara khusus menangani seperti ini dikenal dengan *al-hisbah*. Lembaga ini secara umum berwenang untuk menindak setiap perilaku yang tidak sesuai dengan syara'. Dan secara khusus dalam bidang ekonomi bisnis mempunyai wewenang sebagai pengontrol dan *supervisor* untuk melakukan kontrol terhadap ketidakseimbangan dan ketidakadilan harga yang dilakukan pelaku ekonomi bisnis di pasar.

4. Jurnal yang disusun oleh M. Samsul Nizar, yang berjudul tentang "Konsep Negara dalam Pemikiran Politik Ibnu Khaldun". Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Ketidakjelasan Khaldun menyebutkan konsep dan bentuk negara, merupakan perwujudan pola pemikiran politiknya yang universal dan fleksibel. Pemikiran politik yang dapat diambil dari konsep negara yang ditawarkan Khaldun, bahwa konsep negara yang ideal adalah terwujudnya sistem tata nilai keadilan (supremasi hukum), tanggungjawab (vertikal dan horizontal), kemampuan pemimpin (intelektual dan strategis), serta moralitas-religius. Kesemua syarat tersebut seyogyanya dimiliki oleh setiap pemimpin dan unsur aparatur negara. Bila konsep ini telah dimiliki pada setiap individu, maka mereka secara bersama-sama akan berupaya mengendalikan warna kebijakan kenegaraan dalam rangka terciptanya ketertiban, keharmonisan sosial, serta tumbuhnya peradaban umat yang dinamis dan kondusif. Wacana pemikiran Khaldun, sesungguhnya cukup relevan untuk dikaji ulang dan menjadi acuan pemikiran, terutama dalam mencermati dinamika politik umat era modern, secara lebih proporsional dan profesional.
5. Jurnal yang disusun oleh Aswad, yang berjudul tentang "Kontribusi Pemikiran Ekonomi Islam Ibnu Khaldun Terhadap Pemikiran Ekonomi Modern". Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Pemikiran ekonomi Ibnu Khaldun sebagaimana yang telah

diungkapkan diatas telah banyak membahas berbagai masalah yang terkait pembahasan dalam ilmu ekonomi, seperti teori tentang nilai, pembagian kerja, sistem harga, hukum penawaran dan permintaan, konsumsi dan produksi, uang, pembentukan modal, pertumbuhan penduduk, makro ekonomi dari pajak dan pengeluaran publik, daur perdagangan, pertanian, industri dan perdagangan, kesejahteraan dan kemakmuran, dan sebagainya. Ia juga membahas berbagai tahapan yang dilewati masyarakat dalam perkembangan ekonominya. Pemikiran ekonomi Ibnu Khaldun telah memberi inspirasi para ekonom setelahnya, baik perkembangan ilmu pengetahuan di Timur dan Barat. Namun yang jauh lebih penting, pemikiran ekonominya relevan dan memberi perspektif baru dalam memotret persoalan ekonomi bangsa-bangsa di dunia juga termasuk di Indonesia.

C. Kerangka Berfikir

Konsentrasi terhadap pasar telah mendapatkan perhatian dari Ibn Khaldun. Pemikiran Ibn Khaldun tentang pasar tidak saja mampu memberikan analisis yang tajam tentang apa yang terjadi pada masa itu, tetapi tergolong "*futuristic*". Banyak dari pemikiran Ibn Khaldun baru dibahas oleh ekonom-ekonom yang menemukan kembali mekanisme yang telah ditemukannya terlalu banyak yang bisa disebut. Lebih dari sekedar itu semua, Ibn Khaldun menggunakan konsep-konsep mekanisme pasar ini untuk membangun suatu sistem yang dinamis dan koheren.

Ibn khaldun mengkaji problem ekonomi masyarakat dan negara-negara secara empiris dan menjelaskan fenomena ekonomi secara aktual. Ibn khaldun menemukan keutamaan dan kebutuhan suatu pembagian kerja dan mendesak peran negara di dalam perekonomian. Ibn Khaldun juga telah menggunakan konsepsi-konsepsi ekonomi untuk membangun suatu sistem dinamis yang mudah dipahami dimana

mekanisme ekonomi telah mengarahkan kegiatan ekonomi *fluktuasi* jangka panjang.

Ibn Khaldun juga mendeskripsikan pengaruh 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.”*³³

Pengaruh tinggi rendahnya tingkat keuntungan terhadap perilaku pasar, khususnya produsen, juga mendapat perhatian dari Ibn Khaldun. Menurutnya tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat lesu perdagangan. Sebaliknya jika tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen.

Ibn 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 mempengaruhi harga.

³³Ibn Khaldun, *Muqaddimah*, edisi Indonesia, Penj, Ahmadi Thaha, Pustaka Firdaus, Jakarta, 2003, hlm. 421.

