

MODEL DASAR KONSEP PASAR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Suprihatin

Universitas Islam "45" Bekasi

Email : shatin421@gmail.com

Abstract: *The root cause of the difference in economics is the difference of the viewpoint (insight) in seeing the world. The viewpoint of empiricism makes the source of knowledge only to experience and reason alone, so in axiology the value of the benefit it develops is based only on physical sensitivity. The point of view of idealism, departing from the developed postulates of reason and revelation. Axiologically, this science is developed to respond to physical happiness maupn non physical, worldly and ukhrowi. But in the standpoint of idealism there is still a difference of viewpoints in seeing the world. Some can still dialogue with the value of empiricism, others reject the value of empiricism. This paper illustrates that the source of economic science consists of empiricism, reason and revelation that produce a market concept that considers the human needs physically and spiritually comprehensively within the scope of microeconomics.*

Keywords: *Market Mechanism, Islamic Economics*

Abstrak: *Akar penyebab perbedaan ilmu ekonomi adalah adanya perbedaan sudut pandang (insight) dalam melihat dunia. Sudut pandang empirisme menjadikan sumber pengetahuan hanya pada pengalaman dan akal semata, sehingga secara aksiologi nilai kemanfaatan yang dikembangkannya hanya bertumpu pada sensitifitas fisik. Sudut pandang idealisme, berangkat dari postulat yang dikembangkan akal maupun wahyu. Secara aksiologis, ilmu pengetahuan ini dikembangkan untuk merespon kebahagiaan fisik maupn non fisik, duniawi maupun ukhrowi. Namun dalam sudut pandang idealisme pun masih terdapat perbedaan sudut pandang dalam melihat dunia. Sebagian masih bisa berdialog dengan nilai empirisme, sebagian lain menolak nilai empirisme. Tulisan ini menggambarkan bahwa sumber ilmu pengetahuan ekonomi terdiri dari empirisme, akal dan wahyu yang menghasilkan konsep pasar yang mempertimbangkan kebutuhan manusia secara komprehensif secara fisik dan spiritual dalam lingkup mikro ekonomi.*

Kata Kunci : *Mekanisme Pasar, Ekonomi Islam*

A. PENDAHULUAN

Secara empiris ilmu pengetahuan diformulasikan dengan dua pendekatan yang satu sama lain memiliki perbedaan yang mendasar. *Pertama*, ilmu pengetahuan positif yang bersumber pada pemikiran materialistik yang bersifat menyederhanakan pengetahuan dengan menganggap obyek pengetahuan hanya

wujud fisik semata dan menolak keberadaan Tuhan.¹

Kedua, ilmu pengetahuan yang dikembangkan dengan menggunakan pendekatan agama. Ilmu pengetahuan keagamaan merupakan pengetahuan yang memiliki horizon luas karena tidak

¹ Jujun S. Suriasumantri, *Ilmu dalam Perspektif, Sebuah Kumpulan Karangan tentang Hakekat Ilmu*. (Jakarta, yayasan Obor Indonesia, 1994) h.6

membatasi obyek pengetahuan hanya sebatas fisik semata melainkan mengakui wahyu sebagai sumber ilmu pengetahuan.²

Ekonomi Islam, termasuk ilmu ekonomi yang dikembangkan berdasarkan nilai-nilai Islam. Sebagian Cendekiawan Muslim mengembangkan konsep ekonomi Islam dengan memadukan nilai-nilai Islam dan pengetahuan empiris. Sebagian lain menolak secara keseluruhan pengetahuan empiris dalam ilmu ekonomi dan hanya menggunakan nilai-nilai Islam. Sungguhpun nilai-nilai Islam tersebut mengakui pengetahuan empiris yang ada dalam ilmu ekonomi.

Berdasarkan pemikiran di atas kami tertarik untuk mendeskripsikan model dasar konsep pasar yang berkembang dalam pemikiran ekonomi Islam sebagai bentuk khazanah pengetahuan Islam. Namun mengingat begitu luasnya lingkup pembahasan ekonomi maka pembahasan yang kami lakukan hanya sebatas pasar dalam lingkup ekonomi mikro.

B. PEMBAHASAN

1. Garis Besar Konsep Ekonomi Islam

Berbeda dengan ekonomi konvensional yang memiliki paradigma materialisme, ekonomi Islam merupakan pengetahuan yang

dikembangkan berdasarkan akal dan 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.³

Sebagai sebuah ilmu, ekonomi Islam merupakan suatu entitas yang sudah memiliki landasan ontology, epistemology dan aksiologi tertentu. Secara ontologi, perilaku manusia memiliki tujuan untuk mencapai falah di dunia dan di akhirat. Falah yaitu kemuliaan dan kemenangan dalam hidup di dunia dan akhirat. Aspek falah di dunia meliputi kelangsungan hidup, kebebasan berkeinginan serta kekuatan dan harga diri.⁴ Pengembangan falah dalam lingkup

² Mulyadhi Kartanegara, *Menembus Batas Waktu, Panorama Filsafat Islam*, h. 85-87

³ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam* (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2008) h. 20

⁴ Cendekiawan Muslim P3EI UII, h. 2

mikro dapat dijabarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1

Aspek Mikro dalam Falah

Unsur Falah	Aspek Mikro
Kelangsungan Hidup	Kelangsungan Hidup Biologis ; kesehatan, kebebasan keturunan dan sebagainya
	Kelngsungan hidup ekonomi : Kepemilikan faktor produksi
	Kelangsungan hidup social ; Persaudaraan dan harmoni hubungan social
	Kelangsungan hidup politik ; kebebasan dan partisipasi politik
Kebebasan Berkeinginan	Terbebas dari Kemiskinan Kemandirian Hidup
Kekuatan dan Harga diri	Harga Diri Kemerdekaan perlindungan terhadap Hidup dan Kehormatan

Sumber : P3EI UII, Ekonomi Islam

Adapun falah di akhirat mencakup kelangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan abadi, kemuliaan abadi dan pengetahuan abadi (bebas dari segala kebodohan). Tujuan falah dapat

terwujud apabila kebutuhan hidup manusia terpenuhi secara seimbang⁵

Secara epistemologi, sumber pengetahuan ekonomi Islam adalah *al-Qur'an, al-Hadits, al-Ijma', al-Ijtihad dan al-Qiyas*.⁶ Adapun metodologi ekonomi Islam menggunakan metode deduktif dan induktif. Secara aksiologis, ekonomi Islam terikat dengan nilai-nilai ajaran Islam. Nilai Ajaran Islam yang dikembangkan dalam ekonomi Islam adalah adil, khilafah dan takaful.⁷ Melalui nilai adil, ekonomi Islam tidak menerima perilaku yang dholim dan bathil sebaliknya mendorong perilaku manusia untuk berpegang pada prinsip kebenaran, kejujuran, keberanian, kelurusan persamaan kompensasi, persamaan hokum, moderat, dan proporsional.⁸

Nilai khilafah dikembangkan dalam ekonomi Islam dengan maksud mengaktualisasikan peran dan misi manusia sebagai wakil Allah di bumi. Secara luas pengertian khilafah adalah amanah dan tanggung jawab manusia terhadap apa yang telah dikuasakan

⁵ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 2

⁶ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, Penerjemah M. Nastangin (Jakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995) h. 28-38

⁷Cendekiawan Muslim P3EI UII, , *Ekonomi Islam*, h. 59-63

⁸ Cendekiawan Muslim P3EI UII, , *Ekonomi Islam*, h. 60-62

kepada manusia. Di bidang ekonomi manusia mendapatkan amanah untuk mengelola sumber daya agar tercipta mashlahah dan mencegah kemunkaran. Pengembangan nilai khilafah dalam ekonomi Islam memiliki landasan kokoh dalam fiqh menyangkut hak kepemilikan sebagai dasar hukum utama dalam mengelola sumber daya. Pengertian hak kepemilikan adalah suatu *ikhtishah* yang menghalangi yang lain, menurut syara yang membenarkan si pemilik *ikhtishah* itu bertindak terhadap barang yang dimilikinya sekehendak hatinya kecuali ada penghalangnya.⁹

Pada hakikatnya kepemilikan atas sumber daya adalah milik Allah Swt (S. al-Maidah : 120). Sedangkan timbulnya hak kepemilikan manusia atas sumber daya adalah dikarenakan hak kepemilikan tersebut telah dikuasakan Allah kepada manusia (S. al-Hadid : 7) dengan beberapa sebab-sebab usaha. Adapun sebab-sebab manusia mendapatkan hak kepemilikan setidaknya terdiri dari empat jalan. *Pertama* dengan cara penguasaan (*ihrazul mubahat*) yaitu memiliki benda-benda yang boleh dimiliki oleh syara. *Kedua*, melalui

aqad yaitu perikatan antara ijab dan qabul yang menetapkan persetujuan antara kedua belah pihak yang dbenarkan syara. *Ketiga*, melalui hak waris. *Keempat* dengan cara mengembangkan harta (*tawallud min al-mamluk*).¹⁰

Dengan landasan fiqh yang kokoh tersebut, nilai khilafah dijabarkan dalam beberapa aspek. *Pertama* aspek tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar. *Kedua*, tanggung jawab untuk menciptakan masalah. *Ketiga*, tanggung jawab untuk melakukan perbaikan kesejahteraan setiap individu.¹¹

Pengembangan nilai takaful dalam ekonomi Islam dimaksudkan untuk membentuk sikap tolong menolong di antara ummat Islam. Pengembangan sikap tolong menolong merupakan konsekuensi dari peran khilafah manusia yang memiliki kewenangan untuk memberdayakan sumber daya. Dalam hal ini hasil pemberdayaan sumber daya digunakan tidak hanya untuk kepentingan individu dan keluarganya tetapi digunakan juga untuk melakukan redistribusi. Redistribusi adalah kerja

⁹ M. Hasby Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang ; Pustaka Rizki Putra, 1999) h. 11

¹⁰ M. Hasby Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang ; Pustaka Rizki Putra, 1999) h. 12

¹¹ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 62-63

sama individu-individu anggota suatu masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki.¹² Instrumen redistribusi dalam Islam diantaranya adalah zakat, infak, shadaqah dan wakaf. Di Indonesia, implementasi waqaf telah diatur dengan UU RI. No 41 Tahun 2004, sedangkan pengelolaan zakat diatur oleh UU No 23 Tahun 2011.

Adapun maksud dikembangkan nilai takaful dalam ekonomi Islam adalah untuk memberikan perlindungan social atas terjadinya kesenjangan ekonomi di masyarakat dalam bentuk materiil dan non materiil. Penjabaran nilai takaful dalam ekonomi Islam diarahkan pada penjaminan kepemilikan dan pengelolaan sumber daya oleh individu, penjaminan bahwa setiap individu dapat menikmati pembangunan. penjaminan bahwa setiap individu dapat membangun keluarga sakinah dan penjaminan untuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar.¹³

Dengan demikian kehadiran ekonomi Islam tidak dapat dipandang sebelah mata hanya sebagai doktrin belaka sebab dalam diri ekonomi

Islam telah memiliki landasan falsafah pengetahuan tersendiri yaitu sesuai dengan ajaran Islam sebagaimana falsafah pengetahuan modern dikembangkan.

Adanya kandungan falsafah pengetahuan dalam ekonomi Islam yang sesuai dengan syariat Islam dapat dilacak dari definisi ekonomi Islam yang dikemukakan oleh tokoh penggagasnya. Misalnya definisi ekonomi Islam yang dikemukakan oleh Abdul Manan sebagai berikut :

Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan social yang mempelajari masaalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹⁴

Definisi ekonomi Islam lain dikemukakan oleh kelompok cendekiawan Muslim yang tergabung dalam P3EI UII yang menyatakan sebagai berikut :

Ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai al-Qur'an dan as-Sunnah.¹⁵

Definisi di atas mengandung tujuan ideal ekonomi Islam yaitu

¹² Safri Sairin dkk, *Pengantar Antropologi Ekonomi*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2002) h. 67

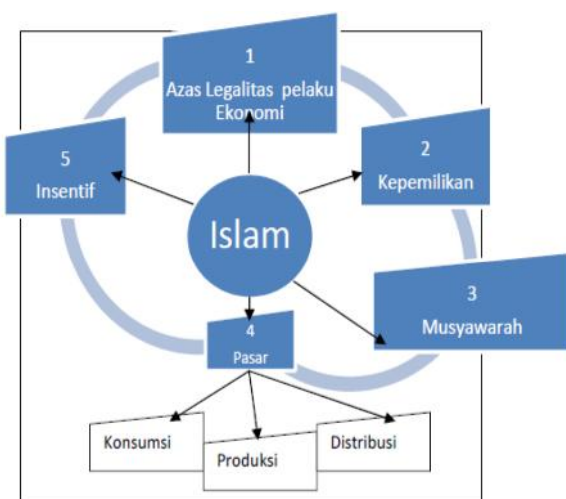
¹³ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 63-64

¹⁴ A. Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, h. 19

¹⁵ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 19

mencapai falah dan menjawab permasalahan ekonomi menyangkut distribusi sumber daya yang tidak merata, keterbatasan manusia dan konflik antar tujuan hidup.¹⁶ Dengan kerangka keilmuan yang kokoh, ekonomi Islam dapat diwujudkan menjadi system ekonomi Islam yang menggambarkan adanya mekanisme pengambilan keputusan dalam melakukan produksi, distribusi dan konsumsi. Dasar keputusannya adalah azas legalitas, teori kepemilikan, prinsip musyawarah dalam mengambil keputusan, pasar yang adil dan adanya insentif ekonomi.¹⁷ Sistem ekonomi Islam dengan prinsip-prinsip sebagaimana disebutkan di atas dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1
 Sistem Ekonomi Islam



Sumber : P3EI UII, Ekonomi Islam

¹⁶ Cendekiawan Musllim, P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 20

¹⁷ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 74-88

2. Model Dasar Konsep Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, eksistensi pasar diakui sebagai instrument dalam melakukan konsumsi, distribusi dan produksi. Unsur-unsur pasar dalam ekonomi Islam terdiri obyek yang tidak dapat dilihat dan obyek yang dapat dilihat. Unsur yang tidak dapat dilihat adalah nilai-nilai Islam menyangkut transaksi. Sementara unsur yang dapat dilihat adalah permintaan dan penawaran. Dalam hal ini, pelaku pasar dibatasi oleh nilai-nilai Islam seperti *fastabiqul khoirot*, dan *ta'awun* sehingga menghasilkan perilaku Islami di pasar. Permintaan dan penawaran dilakukan hanya pada barang atau jasa yang halal dan toyyib. Dengan demikian permintaan dan penawaran pada barang atau jasa yang dilarang seperti riba, judi, khamr, daging babi, jual beli gharar tidak boleh dilakukan di pasar.

a. Permintaan

Dalam ekonomi Islam, permintaan juga diakui sebagai elemen pasar. Timbulnya permintaan dilakukan dengan beberapa pendekatan. *Pertama*, berdasarkan konsep utilitas yang dikemukakan oleh Adiwarmam

Karim.¹⁸ *Kedua*, analisis timbulnya permintaan berdasarkan masalah yang dikemukakan cendekiawan Muslim P3EI UII.¹⁹

Konsep utilitas yang ditawarkan oleh Adiwarmar Karim berlaku hanya pada permintaan barang halal. Jika terdapat pilihan barang halal dan haram baik yang bersifat substitutive maupun komplementer maka konsumen Muslim harus memilih pada barang yang halal. Pencapaian kepuasan (*utility*) dilakukan dengan dua pendekatan yaitu dengan memaksimalkan anggaran pada suatu pendapatan atau dengan meminimalisasikan garis anggaran pada suatu pendapatan.²⁰

Menurut Adiwarmar, proses terjadinya permintaan sama dengan penetapan permintaan yang dilakukan ekonomi konvensional, dimana pada harga yang tinggi kuantitas permintaan semakin menurun sementara pada harga yang rendah kuantitas permintaan akan semakin meningkat.²¹ Permintaan yang dilakukan

konsumen dilakukan berdasarkan pada utilitas dari dua kombinasi barang atau jasa di pasar yang bersifat berubah-ubah dikarenakan adanya perubahan harga. Dari tiap perubahan harga menghasilkan titik utilitas yang diturunkan menjadi suatu garis permintaan. Dibawah ini akan diungkapkan ilustrasi Adiwarmar Karim dalam menurunkan kurva permintaan pada barang halal.

Misalkan A memiliki pendapatan Rp. 1000.000,- per bulan yang diperuntukkan untuk mengkonsumsi barang halal X dan Y dengan harga X = Rp. 100.000,- dan harga Y = 200.000,-. Data tersebut dapat dijabarkan pada tabel di bawah ini :

Kombinasi Barang	Pendapatan	PX	PY	X=1/ PX	Y=I /PY	X at Tange
A	1.000.000,-	100.000,-	200.000,-	10	0	3
B	1.000.000,-	100.000,-	200.000,-	0	5	3

Misalkan terjadi penurunan harga X menjadi Rp. 50.000,- maka jumlah perminataan X pun akan berubah sebagaimana dijelaskan dalam table di bawah ini :

Komb. Brg	Pendapatan	PX	PY	X=1 /PX	Y=I/P Y	X at Tange
A	1.000.000,-	50.000,-	200.000,-	20	0	4
B	1.000.000,-	50.000,-	200.000,-	0	5	4

Misalkan terjadi penurunan harga X menjadi Rp. 25.000,-

¹⁸ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta ; IIT, 2002) h. 44

¹⁹ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonommi Islam*, h. 182

²⁰ Adiwarmar, *Ekonomi Mikro*, h 48-49

²¹ Adiwarmar, *Ekonomi Mikro Islami*, h. 52-

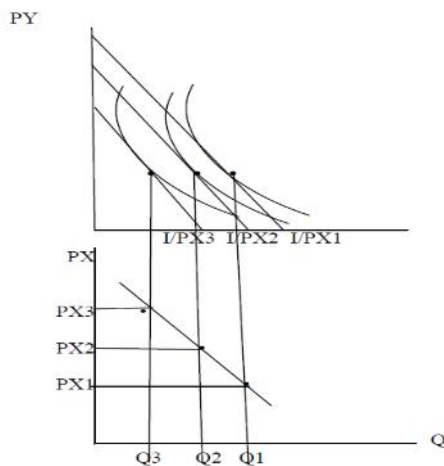
maka jumlah perminataan X pun akan berubah sebagaimana dijelaskan dalam table di bawah ini :

Komb. Brg	Pendapatan	PX	PY	X=1/PX	Y=I/PY	X at Tange
A	1.000.000,-	25.000,-	200.000,-	40	0	5
B	1.000.000,-	25.000,-	200.000,-	0	5	5

Data di atas dapat dijadikan sebagai dasar dalam membuat penurunan kurva permintaan barang halal X dan Y sebagai berikut :

Gambar 2

Kurva Permintaan Barang X dan Y



Sumber : Adiwarmari Karim, Ekonomi Mikro Islami, 2002

Adapun konsep masalah yang dikonseptualisasikan oleh Cendekiawan Muslim P3EI adalah masalah yang mengandung manfaat dan berkah pada konsumsi. Dalam hal ini, keputusan untuk melakukan permintaan harus didasarkan pada masalah. Persamaan yang dapat menjelaskan

masalah dalam permintaan adalah :²²

$$M = F + B$$

$$M = F(1 + 1P)$$

Dimana :

M = Masalah

F = Manfaat

B = Berkah

= Frekuensi

Dengan demikian konsumen dihadapkan pada dua preferensi, yaitu kemanfaatan dan berkah. Bagi konsumen yang peduli berkah kandungan kemanfaatan fisik dalam masalah, dapat menurun terikat dengan hukum *law of diminishing utility*. Demikian juga yang terjadi dengan berkah, kandungan berkah dapat menurun seiring dengan berjalannya waktu. Namun penurunan kualitas berkah dalam masalah bersifat tidak bersifat drastis, melainkan secara pelan-pelan. Hukum penurunan berkah dalam masalah dapat diuraikan dalam sebuah persamaan sebagai berikut :²³

$$M = F(1 + 1P)^y$$

Adapun bagi konsumen yang tidak peduli pada berkah dalam

²² Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 135

²³ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h.153

masalah dapat diukur dengan persamaan sebagai berikut :²⁴

$$M = F(1 + iP)$$

$$M = F$$

Kemampuan melakukan permintaan bersumber dari adanya pendapatan. Pendapatan Muslim dialokasikan pada konsumsi, tabungan dan amal soleh. Jika diungkapkan dalam persamaan pendapatan Muslim adalah :²⁵

$$I = I_c + I_s + I_a$$

Anggaran belanja seorang Muslim harus sama dengan pendapatan :²⁶

$$AB = I_c$$

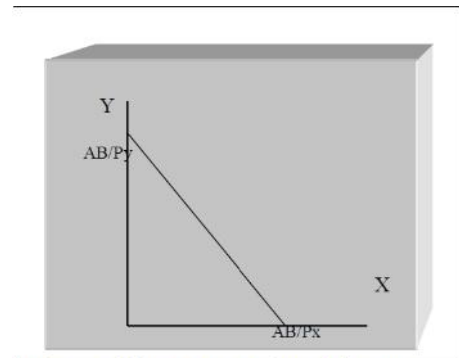
Penggunaan anggaran belanja yang disederhanakan untuk konsumsi barang X dan Y memiliki persamaan :²⁷

$$AB = P_x X + P_y Y$$

Persamaan di atas jika diungkapkan dalam kurva anggaran adalah sebagai berikut :

Gambar 3

Kurva Anggaran

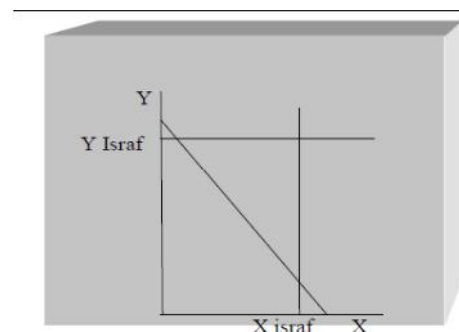


Sumber : Cendekiawan P3EI UII, Ekonomi Islam, 2008

Anggaran seorang Muslim dibatasi oleh kendala *israf*. Jika konsumen mengkonsumsi lebih dari anggaran yang dimilikinya maka terjadi *israf* dalam permintaan. Gejala *Israf* dapat digambarkan pada kurva kendala *israf* di bawah ini :

Gambar 4

Kurva Anggaran dengan Gejala Israf



Sumber : Cendekiawan Muslim P3EI, Ekonomi Islam 2008

Konsumsi yang tepat dilakukan oleh konsumen adalah konsumsi yang tidak menghabiskan anggaran belanja dan tidak melakukan *israf*. Keadaan seperti ini dapat digambarkan dengan

²⁴ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 153

²⁵ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h.193

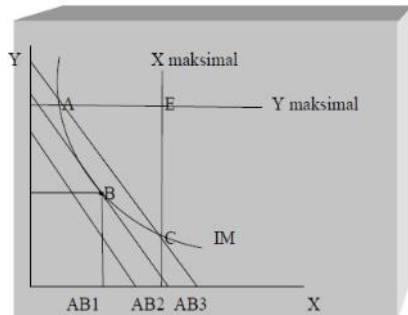
²⁶ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 193

²⁷ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 194

kurva keseimbangan konsumen sebagai berikut :

Gambar 5

Kurva Keseimbangan Konsumen



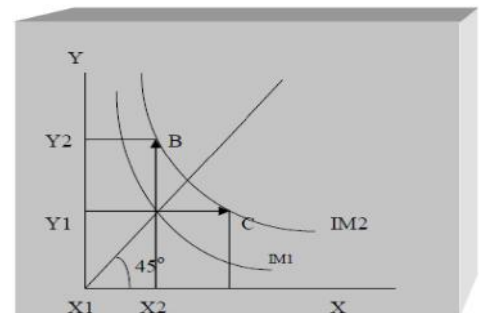
Sumber : Cendekiawan Muslim P3EI UII, Ekonomi Islam, 2008

Kemampuan konsumen dalam mendayagunakan anggarannya pada kemaslahatan dapat dijadikan sebagai fondasi dalam melakukan permintaan di pasar. Permintaan di pasar menurut cendekiawan Muslim P3EI UII mengikuti aksioma hukum permintaan dan penawaran ekonomi konvensional. Dalam hal ini yang membedakan permintaan antara permintaan ekonomi konvensional dengan ekonomi Islam adalah pada muatan batas optimalisasi permintaan. Puncak optimalisasi permintaan ekonomi konvensional adalah utilitas dengan cara menghabiskan seluruh pendapatan yang dimiliki konsumen. Sementara puncak optimalisasi permintaan pada ekonomi Islam yang dikemukakan

cendekiawan Muslim P3EI UII adalah masalah dimana anggaran yang digunakan tidak sampai pada batas israf. Secara umum permintaan ini dianalisis menggunakan kurva iso masalah dengan kandungan berkah yang setingkat dan kandungan berkah yang tidak setingkat sebagai berikut :

Gambar 6

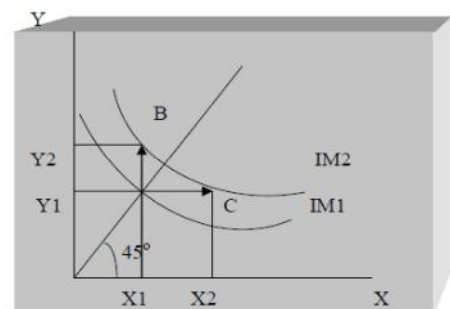
Kandungan Berkah



Sumber : Cendekiawan Muslim P3EI UII, Ekonomi Islam, 2008

Gambar 7

Kandungan Berkah Yang Tidak Setingkat



Sumber : Cendekiawan Muslim P3EI UII, Ekonomi Islam, 2008

Jumlah suatu permintaan di pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor. Secara Kualitatif faktor-

faktor yang mempengaruhi permintaan adalah sebagai berikut :
 28

- 1) Harga barang bersangkutan. Hubungan antara harga dengan jumlah permintaan bersifat negatif,. Semakin tinggi suatu harga barang maka akan semakin rendah jumlah permintaan sebaliknya semakin rendah harga maka akan semakin tinggi jumlah permintaan.
- 2) Pendapatan konsumen. Tinggi rendahnya pendapatan konsumen juga berpengaruh positif pada jumlah permintaan. Apabila pendapatan tinggi maka jumlah permintaan akan tinggi sebaliknya jika pendapatan rendah maka jumlah permintaan pun menjadi rendah.
- 3) Harga barang lain yang terkait. Harga barang substitusi dan barang komplementer berpengaruh terhadap permintaan suatu barang. Jika harga barang substitusi turun maka permintaan terhadap barang tersebut juga turun, sebab konsumen mengalihkan permintaannya pada barang

sustitusi. Sementara jika harga barang komplementer naik, maka permintaan tersebut akan turun. Sebaliknya jika harga barang komplementer turun, maka permintaan suatu barang tersebut menjadi naik.

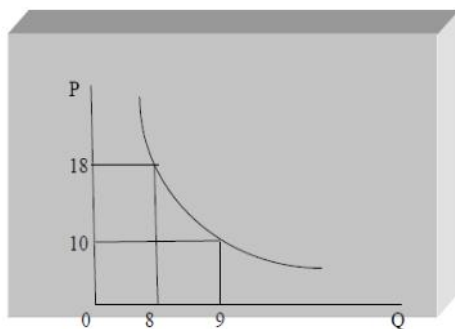
- 4) Selera konsumen. Selera konsumen memiliki pengaruh terhadap permintaan. Apabila selera konsumen akan suatu barang tinggi, maka jumlah permintaan pun tinggi meskipun harga barang tersebut tinggi dan sebaliknya.
- 5) Ekspektasi (pengharapan). Harapan positif konsumen akan berpengaruh pada tingginya jumlah permintaan, sebaliknya harapan negative konsumen mengakibatkan rendahnya jumlah permintaan
- 6) *Maslahah*. *Maslahah* merupakan kombinasi manfaat dan berkah suatu barang atau jasa. Jika kandungan *masalahah* tinggi, *ceteris paribus*, maka jumlah permintaan akan suatu barang pun tinggi. Sebaliknya jika kandungan *masalahah* rendah, *ceteris paribus*, maka jumlah permintaan pun rendah.

Disamping faktor-faktor yang bersifat kualitatif sebagaimana

²⁸ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 312-314

dijelaskan di atas, permintaan yang dilakukan konsumen tunduk pada hukum permintaan ekonomi konvensional yaitu semakin rendah harga suatu barang, *ceteris paribus*, maka akan semakin tinggi jumlah permintaan, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, *ceteris paribus*, maka akan semakin rendah jumlah permintaan. Hal ini dapat dijelaskan dengan kurva permintaan sebagai berikut :

Gambar 8
 Kurva Permintaan



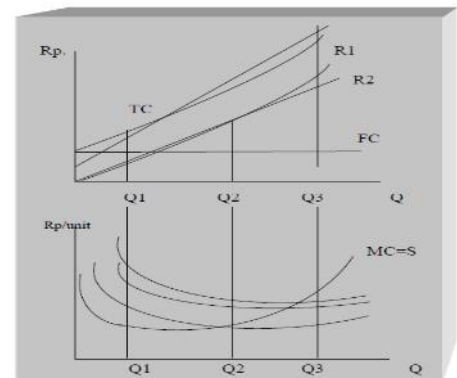
Sumber : P3EI UII, Ekonomi Islam

b. Penawaran

Analisis penawaran dengan pendekatan ekonomi mikro Islam banyak dibahas oleh cendekiawan Muslim, diantaranya adalah yang dikemukakan oleh Adiwarmar Karim dan cendekiawan Muslim di lingkungan P3EI UII. Menurut Adiwarmar Karim, penawaran dilakukan pada saat harga sama dengan biaya marginal selama tingkat harga lebih besar dari nilai

minimal biaya rata-rata (AVC).²⁹ Pendapatnya tersebut jika dituangkan dalam kurva penawaran adalah sebagai berikut :

Gambar 9
 Kurva Biaya Marginal dan Penawaran



Sumber : Adiwarmar Karim, Ekonomi Mikro Islam

Dalam analisis lain yang dikemukakan oleh cendekiawan Muslim P3EI UII, penawaran merupakan refleksi dari perilaku produsen yang berorientasi untuk mencapai masalah maksimum.³⁰ Suatu produksi dikatakan masalah apabila mengandung motivasi untuk mendapatkan untung tanpa melanggar syariat, serta mewujudkan kerja keras sebagai refleksi tawakkal.

²⁹ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h. 102

³⁰ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 283

Disamping itu produksi juga dikatakan masalah apabila memiliki tujuan untuk :³¹

- 1) Memenuhi kebutuhan manusia pada tingkatan moderat
- 2) Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya
- 3) Menyediakan persediaan barang/jasa untuk masa depan
- 4) Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah pada Allah Swt.

Dengan demikian, focus masalah yang harus dicapai oleh produsen adalah pada keuntungan. Fungsi masalah bagi produsen dapat diformulasikan pada persamaan sebagai berikut :³²

$$M = TR - TC - BC$$

$$M = TR - TC - BC$$

$$M = TR - TC - BC$$

Untuk memaksimalkan masalah, fungsi persamaan yang bisa digunakan adalah :³³

$$P \cdot Q = TC + BC$$

Secara implementatif, upaya untuk dapat menurunkan kurva permintaan berdasarkan rumus persamaan di atas dapat ditelusuri

melalui data maksimalisasi masalah sebagai berikut :

Tabel 2

Maksimalisasi Masalah Produsen

Asumsi harga Rp. 171

Q	P	TC	B	P	T			
Q			T	C	C			
			C	C	Q			
					+ B C			
1	1	17	14	-	1	-	17	-
		1	0		8		1	
2	1	17	14	1	2	20	17	16
		1	5	4	0		1	5
				5				
3	1	17	29	1	4	21	17	16
		1	1	4	1		1	7
				6				
4	1	17	29	1	4	22	17	16
		1	3	4	3		1	9
				7				
5	1	17	29	1	4	23	17	17
		1	5	4	5		1	1
				8				
6	1	17	29	1	4	24	17	17
		1	7	4	7		1	3
				9				
7	1	17	29	1	4	25	17	17
		1	9	5	9		1	5
				0				

Sumber : Cendekiawan P3EI UII, Ekonomi Islam

Keterangan :

Berdasarkan data di atas, maka produksi yang mengandung masalah maksimum ada pada tingkat produksi 5 unit, pada saat memproduksi 5 unit, nilai tambahan pendapatan dari hasil produksi unit terakhir tepat sama dengan jumlah biaya produksi dan biaya berkah. Jika produsen

³¹ Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 233

³² Cendekiawan Muslim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 241242

³³ Cendekiawan Muslim, P3EI UII, *Ekonomi Islam*, h. 246

memproduksi di atas 5 unit, maka akan mengalami kerugian.

Apabila harga dari Rp. 171 sebagaimana data di atas dinaikkan menjadi Rp. 181, sementara semua hal lain diasumsikan tetap sama (*ceteris paribus*), maka dapat diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3

Maksimalisasi Masalah Produsen

Asumsi harga Rp. 181

Q	P	T	B	B	P	TC
Q	C	T	C	C	C	+ B
		C	C	C	C	C
1	1	18	14	-	1	-
		1	0		8	1
2	1	18	14	1	2	20
		1	5	4	0	1
			5			
3	1	18	29	1	4	21
		1	1	4	1	1
			6			
4	1	18	29	1	4	22
		1	3	4	3	1
			7			
5	1	18	29	1	4	23
		1	5	4	5	1
			8			
6	1	18	29	1	4	24
		1	7	4	7	1
			9			
7	1	18	29	1	4	25
		1	9	5	9	1
			0			

Sumber : Cendekiawan P3EI UII, Ekonomi Islam

Keterangan :

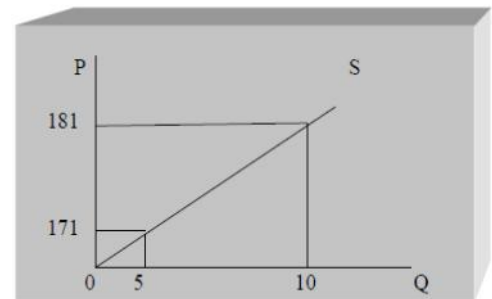
Berdasarkan data di atas, maka produksi yang mengandung masalah maksimum ada pada tingkat produksi 10 unit, pada saat memproduksi 5 unit, nilai

tambahan pendapatan dari hasil produksi unit terakhir tepat sama dengan jumlah biaya produksi dan biaya berkah. Jika produsen memproduksi di atas 10 unit, maka akan mengalami kerugian

Berdasarkan data di atas dapat diturunkan pada kurva penawaran sebagai berikut :

Gambar 10

Kurva Penawaran



Sumber : P3EI UII, Ekonomi Islam

C. PENUTUP

1. Pasar dalam perspektif ekonomi Islam merupakan institusi, prosedur atau hubungan sosial untuk menjual barang atau jasa dengan imbalan uang.
2. Nilai-nilai yang digunakan dalam melakukan interaksi di pasar adalah halal, utilitas, masalah dan keadilan.
3. Terdapat kekuatan sifat konflik dengan nilai pasar dalam ekonomi konvensional dengan menolak utilitas dan menggantinya dengan masalah yang mengandung nilai manfaat dan berkah
4. Terdapat sifat penerimaan bersyarat dengan nilai pasar dalam ekonomi

konvensional dengan tetap menggunakan nilai utilitas.

5. Terdapat sifat independen dengan menggunakan nilai halal dan toyyib menyangkut syarat barang yang dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- As-Siddiqi, Hasbi, Pengantar Fiqih Muamalah, Semarang Pustaka Rizki, 1999
- Karim, Adiwarmanto, Ekonomi Mikro Islam, Jakarta, IIT, 2002
- Kartanegara, Mulyadhi, 2003, *Menyibak Tirai Kejahilan, Pengantar Epistemologi Islam*, Jakarta : Mizan
- Manan, Abdul, Teori dan Praktik Ekonomi Islam, Penerjemah Nastangin, Jakarta, PT. Dana Bakti Wakaf, 1995
- Muslim, Cendekiawan P3EI, Ekonomi Islam, Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2008
- Sairin, Safri, Pengantar Antropologi Ekonomi, Yogya, Pustaka Pelajar, 2002
- Suriasumantri, Jujun, S, *Ilmu dalam perspektif, Sebuah Kumpulan Karangan tentang hakikat Ilmu*, Jakarta : yayasan Obor Indonesia. 1994