

**MEKANISME PASAR  
DALAM KEGIATAN PEREKONOMIAN;  
DALAM KAJIAN HUKUM ISLAM**

**Abstrak**

*Pasar merupakan kegiatan perekonomian dalam penjualan dan pembelian barang dalam satu tempat tertentu yang diketahui bersama. Barang yang ada didalamnya memiliki berbagai macam jenis barang dalam penjualannya. Seperti barang kebutuhan pokok, barang elektronik, barang dan jasa dan berbagai jenis barang lainnya sebagai kebutuhan kehidupan sehari-hari. Akan tetapi banyak sekali pasar dalam pengelolaannya terdapat beberapa pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh beberapa orang tertentu untuk mendapatkan keuntungan sepihak, seperti banyak pungutan liar yang dilakukan oleh oknum tertentu, adanya penjualan barang yang membahayakan masyarakat seperti petasan dan lain sebagainya. Untuk itu pengelolaan pasar harus sesuai dengan prosedur dan kaidah hukum yang benar, agar pasar bisa menjadi tempat penjualan yang benar-benar membuat nyaman antara penjual dan pembelinya. Islam mengatur segala kegiatan perekonomian dalam kaitannya dengan jual beli, terutama yang terdapat didalam pasar. Hal ini bertujuan agar tidak ada unsur-unsur yang diharamkan seperti riba, penipuan, pungutan liar dan sebagainya.*

**Kata Kunci:** *kegiatan pasar, ekonomi, Hukum Islam*

**A. Pendahuluan**

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alami<sup>2</sup>h dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam

---

<sup>1</sup> Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rosulullah dan Khulafaurrosyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rosullullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar di sini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.<sup>2</sup>

Pasar merupakan sentral dalam kegiatan perekonomian masyarakat dan tempat sirkulasi barang dan jasa. Oleh karena itu untuk menunjang kelancaran kegiatan dalam pasar diperlukan sarana dan prasarana sebagai fasilitas pendukung. Untuk menjamin kelancaran tersebut dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, yaitu sebagai serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan alokasinya, terutama sebagai tanggapan suatu perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>3</sup>

Islam merupakan risalah yang diturunkan Allah SWT melalui Rasul-Nya untuk membenahi kehidupan manusia dan di mana setiap urusan kehidupan itu selalu dilakukan dengan cara yang baik, begitupun dalam bermu'amalah.

Manusia merupakan makhluk sosial, yang artinya manusia tidak bisa hidup sendiri dalam memenuhi kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya. Oleh sebab itu, sudah seharusnya manusia saling tolong menolong. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

“Dan Tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa...” (QS. Al-Maidah:2).<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.301

<sup>3</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.154

<sup>4</sup>Hasbi Ash-Shiddiqi, *Alqur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1997), h.141

Disadari atau tidak, dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu dengan yang lainnya.

Mekanisme pasar yang ada mempunyai peran yang cukup penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, khususnya dalam sistem kapitalisme. Mekanisme pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan langkah yang diambil oleh pemerintah. Dalam konsep ekonomi klasik (kapitalisme), pasar akan dapat merealisasikan tujuan yang ada jika kondisi pasar dalam keadaan *perfect competition* (persaingan sempurna). *Perfect competition* dapat diraih apabila dalam mekanisme pasar tersebut terdapat penjual dan pembeli dalam jumlah yang sangat besar dan melakukan transaksi terhadap komoditas yang beragam serta sempurnanya informasi dalam mekanisme pasar tersebut. Tidak diperbolehkan adanya ketidakseimbangan informasi bagi para pelaku pasar. Selain itu, harus terdapat kebebasan dalam melakukan transaksi atas segala komoditas dan tidak adanya *entry-barrier* (hambatan masuk pasar) bagi penjual maupun pembeli. Dalam kondisi tersebut, harga yang akan terbentuk merefleksikan kesempatan dan kemaslahatan masing-masing pihak, dan kegiatan ekonomi akan tetap berjalan dengan normal untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pasar barang dan jasa, kondisi tersebut sangat sulit untuk direalisasikan.

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme, dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar di mana para penguasa atau pemilik modal mengendalikan harga sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil *supply* dan *demand* yang ada, melainkan ketentuan dari para pemilik modal. Hal inilah yang kemudian berdampak pada minimnya *perfect competition* yang pada akhirnya persaingan pasar pun menjadi tidak sehat.<sup>5</sup>

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, produser, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting

---

<sup>5</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), h.86

dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar.

Mekanisme pasar adalah kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang (jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta). Teori ekonomi standar mengatakan bahwa meskipun pengaruh kelembagaan selain *free market* (tempat dimana pembeli dan penjual barang tertentu berhubungan satu sama lain dimana terjadi hubungan tukar menukar/jual beli) bisa saja menghasilkan alokasi yang efisien dan optimal. Dengan kata lain, jika pasar tidak eksis, alokasi sumber daya tidak akan terjadi secara efisien dan optimal. Dalam beberapa hal, mekanisme pasar tidak bisa bekerja secara optimal pada beberapa sumber daya alam.

Pada dasarnya, alokasi barang dan jasa dalam suatu masyarakat dapat dilakukan paling tidak melalui 2 jenis mekanisme, yaitu melalui mekanisme pasar dan mekanisme birokrasi. Dengan sejumlah kondisi yang disyaratkan, mekanisme pasar dianggap sebagai mekanisme yang dapat mendorong pemakaian sumber daya yang efisien. Namun kegagalan pasar juga bisa terjadi dalam pengalokasian sejumlah barang dan jasa. Ini bisa disebabkan karena adanya *public goods* (barang publik) beserta eksternalitasnya. Jenis barang dan jasa inilah (beserta *mixed goods*) yang akan didistribusikan melalui mekanisme birokrasi.

Karena mekanisme pasar yang berbeda, harga pasar yang tercapai pun menjadi berbeda-beda. Kadang-kadang harga yang terbentuk di pasar bisa menyebabkan kerugian bagi konsumen atau bahkan kerugian bagi produsen juga. Oleh karena itu, pemerintah dalam batas-batas tertentu terkadang perlu melakukan intervensi dalam pembentukan harga dengan tujuan harga yang terbentuk tidak akan merugikan konsumen maupun produsen. Hal yang biasanya dilakukan pemerintah antara lain adalah: penentuan harga eceran tertinggi, penentuan harga eceran terendah, penetapan pajak, serta pemberian subsidi.

Mekanisme pasar tidak dapat berfungsi tanpa keberadaan aturan yang dibuat pemerintah. Peranan pemerintah menjadi lebih penting karena mekanisme pasar saja tidak bisa menyelesaikan semua persoalan ekonomi. Untuk menjamin efisiensi, pemerataan dan stabilitas ekonomi, peran dan fungsi negara mutlak diperlukan dalam perekonomian sebagai pengendali mekanisme pasar.

Walaupun dalam sistem ekonomi pasar, masalah ekonomi utama diserahkan kepada mekanisme pasar, namun pada beberapa kasus tertentu pemerintah tetap harus campur tangan untuk menghindari kekacauan dalam bidang ekonomi.

## **B. Pengertian Pasar**

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi yang mewujudkan pertemuan antara pembeli dan penjual. Pengertian ini berkembang menjadi pertemuan atau hubungan antara permintaan dan penawaran. Secara teoritis dalam ekonomi pasar menggambarkan pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi potensial ini dapat terlaksana apabila kondisi berikut ini terpenuhi, yaitu:

- 1) Terdapat paling sedikit dua pihak
- 2) Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin dapat berharga bagi pihak lain
- 3) Masing-masing pihak mampu untuk berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya
- 4) Masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain

Yang perlu diperhatikan dalam pengertian pasar terkandung penekanan perhatian terhadap individu maupun kelompok orang atau organisasi yang memiliki dua sifat penting yaitu pertama adanya minat (*interest*) dan yang kedua daya beli (*purchasing power*) atau untuk produk berupa barang atau jasa tertentu.

Pasar merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik, yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhinya persyaratan pertukaran, yaitu minat dan daya beli.<sup>6</sup>

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli atau bisa diartikan sebagai daerah atau tempat (*area*) yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga.

---

<sup>6</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.98

Pasar adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak terwujud secara fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu komoditas (barang atau jasa). Interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli akan menentukan tingkat harga suatu komoditas (barang atau jasa) dan jumlah komoditas yang diperjual belikan.<sup>7</sup>

Pasar merupakan sentral dalam kegiatan perekonomian masyarakat dan tempat sirkulasi barang dan jasa. Oleh karena itu untuk menunjang kelancaran kegiatan dalam pasar diperlukan sarana dan prasarana sebagai fasilitas pendukung serta dibutuhkan mekanisme pengelolaan pasar agar terjamin kelancaran jual beli yang saling menguntungkan.

Dalam bahasa Arab, jual-beli disebut dengan istilah *bai*, secara harfiah menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dalam bahasa Arab, kata ini menggunakan dalam dua arti, yaitu menjual dan membeli. Dalam pengertian fikih, jual-beli (pasar) berarti akad menukar suatu harta dengan harta lain dalam bentuk pemindahan hak milik.<sup>8</sup>

Jual-beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu (*aqad*). Sebagaimana firman Allah SWT :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ؕ اِنَّ اِلٰهَكُمْ رَحِيْمًا

*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Qs. An-Nisaa(4) : 29)<sup>9</sup>*

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melaksanakan

---

<sup>7</sup> Sugiarto, *Sebuah Kajian Komprehensif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.35

<sup>8</sup> Indi Aunullah, *Ensiklopedi Fikih Untuk Remaja*, (Yogyakarta: Insan Madani, 2008), h.212

<sup>9</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Alqur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1997), h.107

transaksi. Pengertian ini mengandung makna pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual-beli produk, baik barang maupun jasa.

Pengertian lain tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar dapat juga diartikan sebagai mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat bertemunya antara kekuatan-kekuatan ekonomi.

Dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah terjadinya transaksi jual-beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Pada umumnya suatu transaksi jual-beli melibatkan produk atau barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi permintaan dan penawaran.

Pasar adalah tempat atau mekanisme bertemunya kepentingan konsumen di satu sisi, dengan kepentingan produsen di sisi lain. Oleh karena itu, pasar ini mempunyai banyak fungsi bagi pelaku ekonomi baik konsumen, produsen, maupun pemerintah. Misalnya pasar berfungsi sebagai sumber informasi bagi konsumen, produsen, bahkan juga pemerintah.

Dengan demikian, pasar mempunyai peranan yang sangat strategis bagi pelaku bisnis (produsen) dan masyarakat secara keseluruhan. Tanpa ada akses terhadap pasar penguasaan pasar, maka tidak mungkin suatu bisnis dapat bertahan hidup. Pasar adalah tempat para produsen bersaing merebut konsumen dalam mencapai tujuan usahanya. Disamping itu, pasar mempunyai berbagai bentuk atau struktur yang mempunyai hukumnya sendiri-sendiri, sehingga berpengaruh dan menentukan tinggi rendahnya harga yang akan terjadi.

Selanjutnya, dari sisi konsumen, pasar adalah sumber informasi mengenai pilihan yang dapat dilakukan. Semakin banyak produsen dipasar, maka pilihan konsumen juga semakin banyak, dan sebaliknya. Dengan demikian, konsumen juga berkepentingan terhadap kondisi pasar dari barang dan jasa yang dibutuhkannya. Dari sisi luas atau ruang lingkupnya, pasar dapat juga dikelompokkan menjadi pasar domestik pasar ekspor, atau pasar luar negeri. Dengan demikian, maka pemahaman mengenai pasar

ini sangat penting dalam fenomena ekonomi, baik bagi pelaku maupun pembuat keputusan.<sup>10</sup>

Menurut Islam, berniaga adalah suatu usaha yang bermanfaat yang menghasilkan laba (*profit*), yaitu sisa lebih setelah adanya kompensasi secara wajar terhadap faktor-faktor produksi setelah tanah, tenaga kerja dan modal. Al-Qur'an Surat Huud (11) Ayat 86 menerangkan :

بَقِيَّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ

*"Sisa (keuntungan) dari Allah adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu." (Qs. Huud (11) : 86)<sup>11</sup>*

Dari ayat di atas yang dimaksud dengan sisa keuntungan dari Allah ialah keuntungan yang halal dalam perdagangan sesudah mencukupkan takaran dan timbangan. Jelaslah disini, bahwa laba adalah keuntungan yang wajar dalam berdagang dan bukan riba.

Biarpun kebebasan memberi harga, seperti pemberian harga bukan kompetensi, harga komperatif seperti yang disarankan memberi kesempatan yang terbatas bagi mekanisme pasar, namun tugas untuk menerapkan kebijakan memberikan harga dalam Islam akan tetap lebih rumit dari pada dasar ekonomi.<sup>12</sup>

### C. Macam-Macam Pasar

Setelah diketahui pengertian pasar, maka penulis akan membahas pada bagian ini adalah macam-macam pasar, sebagai berikut:

#### 1. Dilihat dari sifat barang

- a. Pasar nyata (pasar konkrit), yaitu pasar yang menjual barang-barang yang dapat dilihat atau barang dijual telah tersedia dan penyerahan barang terjadi dalam waktu itu.

---

<sup>10</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Rajagrafindo persada, 2007), hal 103

<sup>11</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op.Cit.* h.311

<sup>12</sup> M. A. Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Amanah Bunda Sejahtera Solo, 1997), h.151

- b. Pasar abstrak (pasar bursa), yaitu pasar yang diperjual belikan hanya berupa misteri dan apabila terjadi transaksi barang akan diserahkan kemudian.<sup>13</sup>

## 2. Dilihat dari sifat karakteristik jasa

Sifat dan karakteristik jasa ini adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik. Aktifitas seperti menyewakan kamar hotel, menyetor uang di bank, bepergian dengan pesawat udara, berobat pada psikiater, memotong rambut, memperbaiki mobil, nonton olah raga profesional, nonton film, mencuci pakaian, meminta nasehat pengacara dan lain-lainnya semuanya adalah membeli jasa.<sup>14</sup>

### 1. Dilihat dari organisasi

- a. Pasar sempurna adalah suatu pasar yang terorganisir sempurna, dengan ciri-ciri:

- 1). Barang yang dijual adalah homogen
- 2). Pihak penjual dan pembeli tahu benar keadaan pasar
- 3). Antara penjual dan pembeli bebas mengadakan perjanjian/transaksi tanpa campur tangan pemerintah.

- b. Pasar tidak sempurna adalah suatu pasar yang apabila syarat/ciri pasar sempurna tidak dipenuhi atau jika harga yang terjadi tunduk pada hukum penawaran dan hukum permintaan.<sup>15</sup>

Pada pokoknya, pasar dapat digolongkan kedalam empat golongan, yaitu:

1. *Pasar konsumen* adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut.
2. *Pasar industri* adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam memproduksi barang

---

<sup>13</sup> Bintari A dan Titin Supriantini, *Penuntun Pelajaran Ekonomi dan Koperasi Berdasarkan Kurikulum 1984*, (Bandung : Genece Exact,tt), h. 65

<sup>14</sup> Philip Kotler Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran; principles of marketing 7e*, alih bahasa; Alexander Sindaro dan Benyamin Molam, (Jakarta: Prenhallindo, 1997, jilid2), h.276

<sup>15</sup> Bintari A dan Titin Supriatin, *Op.Cit*, h.65

berintraksi di dalam pasar, baik konsumen maupun faktor-faktor produksi.<sup>18</sup>

Sehingga kerja perusahaan atau pelaku pasar menurut Islam tidak dapat berjalan karena satu maksud saja. Akibatnya, sebuah perusahaan Negara Islam sering kali melepaskan usaha untuk memperbesar hal-hal seperti keuntungan dan penjualan. Karena harus sesuai dengan prinsip-prinsip syari'at.<sup>19</sup>

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri atas prinsip persaingan bebas (*perfect competition*), namun demikian bukan berarti kebebasan yang dibungkus oleh *frame* aturan syari'ah.

Pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tak terkecuali Negara dengan otoritas penentuan harga atau private sektor dengan kegiatan monopolistik ataupun lainnya.

Karena pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi. Sebaliknya, biarpun tiap individu dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya. Inilah pola normal dari pasar atau "keteraturan alami" dalam istilah Al-Ghazali berikut 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 voluntary, sehingga otoritas dan komando tidak lagi terlalu diperlakukan biaya untuk mempertahankan otoritaspun diminimalkan.

Harus diyakini nilai konsep Islam tidak memberikan ruang intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga, kecuali adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.<sup>20</sup>

Secara umum, pada konsep-konsep ekonomi yang berkembang saat ini, pasar dapat menjadi instrumen yang membatasi macam-macam produk yang berlaku di pasar, dan untuk itu diserahkan kepada hukum penawaran dan hukum permintaan.

---

<sup>18</sup> Mansyuri, *Teori Ekonomi Dalam Islam*, (Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2005), h. 154

<sup>19</sup> M. A Mannan, *Op. Cit*, h. 151-152

<sup>20</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.159-161

lain yang kemudian dijual, barang yang dibeli adalah barang industri.

3. *Pasar penjual* adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapatkan laba.
4. *Pasar pemerintah* adalah pasar dimana terdapat lembaga-lembaga pemerintah, seperti: Departemen-departemen, Direktorat, Kantor-kantor, dan Industri lain.<sup>16</sup>

Dengan demikian yang disebut dengan macam-macam pasar tersebut dapat dilihat dari sifat barangnya, dilihat dari karakteristik jasa, dilihat dari sistem organisasinya, dan dilihat dari waktunya.

Dari pembahasan yang telah dikemukakan di atas, meskipun pasar merupakan alokasi dan distribusi sumber daya yang efisien, tetapi ia memiliki keunggulan dan kelemahan,<sup>17</sup> diantaranya:

1. Keunggulan
  - a. Harga jual barang dan jasa adalah yang termurah
  - b. Jumlah output paling banyak sehingga rasio output penduduk maksimal (kemakmuran maksimal)
  - c. Masyarakat merasa nyaman dalam mengkonsumsi (produk yang homogen) dan tidak takut ditipu kualitas dan harga
2. Kelemahan
  - a. Kelemahan dalam hal konsumsi
  - b. Kelemahan dalam hal pengembangan teknologi
  - c. Konflik efisiensi keadilan

#### D. Pengelolaan Pasar

Mekanisme pasar juga diterima oleh Islam, namun disyaratkan bahwa semua pihak yang bersaing di dalam pasar beroperasi dibawah arahan nilai-nilai moral dan kendali yang ditetapkan oleh nilai-nilai atas kepentingan diri dan hak milik pribadi, untuk memastikan keadilan bagi: semua pihak yang

---

<sup>16</sup> Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2007). Cet-XI, h. 191-192

<sup>17</sup> P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.83

Konsep tersebut tidak dapat berlaku secara mutlak, karena dalam sistem nilai Islam, pasar selain harus mampu berperan dalam mengarahkan (*efisiensi*) produk-produk yang memenuhi kebutuhan dan hajat orang banyak harus pula menentukan kebutuhan yang menjamin mereka untuk hidup secara baik sesuai hukum syari'ah.

Pasar Islam melarang beredarnya barang maupun jasa yang tidak bermanfaat dan berbahaya bagi kehidupan manusia. Untuk kasus ini yang menjadi hal terlarang adalah komoditasnya itu sendiri, seperti halnya memproduksi atau jual-beli minuman keras misalnya. Selain itu, ada pula produk yang dilarang beredar di pasar bukan karena komoditasnya itu sendiri sebagai barang terlarang, namun karena para produsennya melakukan sejumlah aktifitas yang terlarang dalam Islam pada saat memproduksi barang tersebut, seperti menerapkan praktik-praktik *monopolistik* ataupun berkongsi kepada kegiatan ribawi ataupun praktik-praktik uang yang membahayakan akidah bagi komunitas Islam secara keseluruhan.

#### **E. Pandangan Islam Tentang Pengelolaan Pasar**

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.<sup>21</sup>

Mekanisme pasar yang ada mempunyai peran yang cukup penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, khususnya dalam sistem kapitalisme. Mekanisme pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan langkah yang diambil oleh pemerintah. Dalam konsep ekonomi klasik (kapitalisme), pasar akan dapat merealisasikan tujuan yang ada jika kondisi pasar dalam keadaan *perfect competition* (persaingan sempurna). *Perfect competition* dapat diraih apabila dalam mekanisme pasar tersebut terdapat penjual dan pembeli dalam jumlah yang sangat besar dan melakukan transaksi terhadap komoditas yang beragam serta sempurnanya informasi dalam mekanisme pasar tersebut. Tidak diperbolehkan adanya ketidakseimbangan informasi bagi para pelaku pasar. Selain itu, harus terdapat kebebasan dalam melakukan

---

<sup>21</sup> Adiwarman Karim, *Op.Cit*, h.152

transaksi atas segala komoditas dan tidak adanya *entry-barrier* (hambatan masuk pasar) bagi penjual maupun pembeli. Dalam kondisi tersebut, harga yang akan terbentuk merefleksikan kesempatan dan kemaslahatan masing-masing pihak, dan kegiatan ekonomi akan tetap berjalan dengan normal untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pasar barang dan jasa, kondisi tersebut sangat sulit untuk direalisasikan.

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme, dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar di mana para penguasa atau pemilik modal mengendalikan harga sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil *supply* dan *demand* yang ada, melainkan ketentuan dari para pemilik modal. Hal inilah yang kemudian berdampak pada minimnya *perfect competition* (persaingan sempurna) yang pada akhirnya persaingan pasar pun menjadi tidak sehat.<sup>22</sup>

Dalam mekanisme pasar kapitalisme, pelaku pasar termotivasi oleh nilai-nilai materialisme dan kecintaan terhadap sebuah komoditas. Sedangkan dalam sistem ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan atas etika dan nilai-nilai syariah; baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun imbauan.<sup>23</sup>

Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridho Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu. Selain itu, pasar merupakan wahana untuk mengapresiasi kepemilikan individu.

Dalam pasar, penjual dan pembeli dapat merealisasikan segala keinginannya dalam melakukan transaksi atas barang dan jasa. Selain itu, ada faktor lain yang mendorong terbentuknya pasar. Meraih keuntungan (*profit*) merupakan faktor dominan bagi terbentuknya mekanisme pasar, seperti halnya investasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan hidup manusia.

Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim. Dengan kata lain, bertansaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah Saw ketika hijrah ke Madinah di

---

<sup>22</sup>*Ibid*, h.86

<sup>23</sup>*Ibid*, h.87

mana beliau banyak pergi ke pasar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Fenomena ini memancing pertanyaan bagi kaum Quraisy.

Allah SWT berfirman:

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ

لَوْلَا أَنْزَلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

*“Dan mereka berkata: ‘Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama-sama dengan dia.’” (QS. Al-Furqaan (25): 7)<sup>24</sup>*

Allah menolak keingkaran sebagian Muslimin Madinah terhadap Rasulullah yang telah diutus dari manusia biasa. Ketika itu Rasulullah telah hijrah ke Madinah, dan beliau banyak bepergian ke pasar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Menurut mereka hal tersebut merendahkan martabat seorang Rasul.<sup>25</sup>

Allah SWT berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا

*“Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami jadikan sebahagian kamu: cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat. (QS. Al-Furqaan: 20)<sup>26</sup>*

Konsep dan kaidah umum dalam sistem ekonomi Islam yang bertujuan untuk memotivasi bergairahnya kegiatan ekonomi melalui mekanisme pasar dan *profit* bukanlah merupakan tujuan akhir dari kegiatan investasi ataupun bertransaksi. jual beli yang

<sup>24</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op. Cit.*, h.503

<sup>25</sup> Said Sa'ad Marthon, *Op. Cit.*, h.88

<sup>26</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op. Cit.*, h.505

dilakukan oleh manusia bertujuan untuk mendapatkan *profit* dan sumber kecurangan bisa berasal dari laba yang diinginkan. Setiap penjual dan pembeli berkeinginan untuk mendapatkan laba yang maksimal. Syariah tidak melarang adanya laba yang harus dihasilkan. Akan tetapi, syariah hanya melarang adanya penipuan, tindak kecurangan, melakukan kebohongan atas kebaikan barang, serta menyembunyikan aib yang terdapat dalam suatu barang.

Etika transaksi dalam pasar untuk menjaga hak-hak pelaku pasar (penjual dan pembeli) dan menghindari transaksi yang menyebabkan distorsi dalam pasar serta mendorong pasar untuk mewujudkan kemaslahatan individu maupun masyarakat, dibutuhkan suatu aturan dan kaidah-kaidah umum yang dapat dijadikan sebagai sandaran:<sup>27</sup>

1. Adil dalam takaran dan timbangan

Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar. Hal tersebut dimaksudkan untuk menghindari praktik kecurangan yang dapat mengakibatkan kezaliman bagi suatu pihak.

Allah SWT berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

*“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-muthaffifin:1-3)<sup>28</sup>*

2. Larangan mengonsumsi riba

Syariah Islam melarang mengonsumsi dan memperdayakan riba. Karena Allah mengancam dan memberikan siksaan yang pedih bagi orang yang mengonsumsi maupun yang memberdayakan riba.

3. Kejujuran dalam bertransaksi (bermuamalah)

Syariah Islam sangat memperhatikan nilai-nilai kejujuran dalam bertransaksi (bermuamalah), seperti penjual atas cacat

<sup>27</sup>Said Sa'ad Marthon, *Op.Cit.* h.89

<sup>28</sup>Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op.Cit.* h.878

barang yang dijual. Apabila dalam barang dagangan terdapat kerusakan dan pembeli tidak memberi penjelasan kepada penjual, maka penjual telah melakukan pelanggaran syariah. Memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan barang ketika terdapat kerusakan, memberikan hak untuk membatalkan transaksi ketika ditemukan kerusakan yang dapat mengurangi nilai intrinsik sebuah komoditas, serta memberikan kebebasan dalam memilih.

#### 4. Larangan *bai' an-najasy*

*Bai' an-najasy* adalah transaksi jual beli ketika si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik pula untuk membeli. Si penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang ingin benar-benar membeli. Sebenarnya orang ini telah mengadakan kesepakatan dengan penjual untuk membeli dengan harga tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya dengan harga yang tinggi pula dengan maksud untuk menipu. Akibatnya terjadi *false demand* (permintaan palsu).

#### 5. Larangan *talaqqi al-wafidain*

*Talaqqi al-wafidain* (menjemput penjual), dalam arti kita menjemput penjual atas barang dagangannya di luar kota sebelum penjual tersebut sampai ke pasar. Transaksi tersebut tidak diperbolehkan dikarenakan adanya *asymmetric information* (ketidakseimbangan informasi) tentang harga yang berlaku dalam pasar. Dalam kondisi tersebut, penjual tidak mengetahui harga sebenarnya yang berlaku dalam pasar. Transaksi tersebut dilakukan agar pembeli mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

#### 6. Larangan menjual barang yang belum sempurna kepemilikannya

Dalam ekonomi Islam, proses transaksi jual-beli suatu barang harus sempurna kepemilikannya. Dalam arti, seseorang tidak boleh menjual suatu barang yang belum penuh kepemilikannya dan masih dalam keterlibatan pihak lain.

#### 7. Larangan menimbun harta (*ikhtikar*)

*Ikhtikar* adalah menahan atau menimbun komoditas kebutuhan masyarakat untuk tidak dijual dengan tujuan untuk menaikkan harga. Perbuatan tersebut tidak boleh dilakukan dengan alasan hal tersebut dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat. Dalam jual beli tidak boleh ada penipuan, dan bagi orang yang tertipu boleh untuk membatalkan transaksi. Maka bagi

orang yang menipu berhak mendapatkan hukuman dan dilarang untuk bertransaksi di pasar. Selain itu, Rasulullah Saw melarang menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal kepada orang yang tidak tahu tersebut. Dan beliau juga melarang membeli barang dengan harga lebih rendah dari harga normal dari harga yang butuh untuk menjual barang tersebut.

#### 8. Konsep kemudahan dan kerelaan dalam pasar

Kesepakatan dan kerelaan merupakan pondasi dasar dalam melakukan transaksi. Setiap transaksi yang kita lakukan harus mencerminkan keridhaan dan kerelaan masing-masing pihak dalam menentukan kesepakatan dalam bertransaksi.

Penetapan harga di atas harga pasar, kebijakan ini menetapkan harga pada suatu tingkat di atas harga pasar. Hal ini dilakukan biasanya untuk melindungi produsen dari harga yang terlalu rendah sehingga tidak memperoleh margin keuntungan yang memadai (bahkan merugi). Harga yang terjadi atas dasar kekuatan pasar dipandang tidak menguntungkan produsen sehingga harus dinaikkan oleh pemerintah. Salah satu contoh yang populer adalah kebijakan *floor price* (harga dasar) di mana pemerintah menetapkan tingkat harga terendah dari suatu barang, sementara harga ini di atas harga pasar. Contoh dari kebijakan ini adalah kebijakan harga dasar gabah yang telah lama dilakukan pemerintah untuk stabilisasi harga beras. Pada saat panen raya padi, maka penawaran beras di pasar mengalami kenaikan sehingga secara alamiah harga akan turun.<sup>29</sup>

Penetapan harga di bawah harga pasar, mekanisme kebijakan ini merupakan kebijakan di mana pemerintah menetapkan harga lebih rendah daripada harga pasar. Alasan yang umum dalam mengambil kebijakan ini adalah untuk melindungi konsumen dari harga yang terlalu tinggi. Pengaruh penetapan harga ini juga tidak jauh berbeda, yaitu menimbulkan banyak distorsi bagi perekonomian. Karena harga terlalu rendah, maka akan terjadi kelebihan permintaan sebab konsumen membeli dengan harga lebih murah dari yang seharusnya. Namun, bagi produsen harga ini jelas tidak menguntungkan sehingga kemungkinan akan enggan untuk melepaskan barang-barangnya ke pasar. Para produsen akan

---

<sup>29</sup> P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.337

cenderung menjual barangnya ke pasar lain (*black market*) yang bisa memberinya harga yang lebih tinggi.<sup>30</sup>

Beberapa aturan dalam ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

1. Segala sesuatunya adalah milik Allah, manusia diberi hak untuk memanfaatkan segala sesuatu yang ada di muka bumi ini sebagai khalifah atau pengemban amanat Allah, untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya dari barang-barang ciptaan Allah.
2. Allah telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.
3. Semua manusia tergantung pada Allah, sehingga setiap orang bertanggung jawab atas pengembangan masyarakat dan atas lenyapnya kesulitan-kesulitan yang mereka hadapi.
4. Status kekalifahan berlaku umum untuk setiap manusia, namun tidak berarti selalu punya hak yang sama dalam mendapatkan keuntungan. Kesamaan hanya dalam kesempatan, dan setiap individu dapat menikmati keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya.
5. Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Hak dan kewajiban ekonomi individu disesuaikan dengan kemampuan-kemampuan yang dimilikinya dan dengan peranan-peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial.
6. Dalam Islam, bekerja dinilai sebagai kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan. Ibadah yang paling baik adalah bekerja dan pada saat yang sama bekerja merupakan hak dan sekaligus kewajiban.
7. Kehidupan adalah proses dinamis menuju peningkatan. Allah menyukai orang yang bila dia mengerjakan sesuatu melakukannya dengan cara yang sangat baik.
8. Jangan membikin mudarat dan jangan ada mudarat.
9. Suatu kebaikan dalam peringkat kecil secara jelas dirumuskan. Setiap muslim dihimbau oleh sistem etika (akhlak) Islam untuk bergerak melampaui peringkat minim dalam beramal saleh.

---

<sup>30</sup>*Ibid*, h.338

Mekanisme pasar dalam masyarakat muslim tidak boleh dianggap sebagai struktur atomistik, tapi akumulasi dan konsentrasi produksi mungkin saja terjadi, selama tidak melanggar prinsip-prinsip kebebasan dan kerjasama.

Pada prinsipnya, berusaha dan beriktikar mencari rizki itu adalah wajib, namun agama tidak mewajibkan memilih suatu bidang usaha dan pekerjaan. Setiap orang dapat memilih usaha dan pekerjaan sesuai dengan bakat, keterampilan dan faktor-faktor lingkungan masing-masing. Salah satu bidang pekerjaan yang boleh dipilih ialah berdagang sepanjang tuntunan syariah Allah swt dan Rosul-Nya. Pada prinsipnya hukum jual beli/dagang dalam Islam adalah halal.<sup>31</sup> Prinsip hukum ini ditegaskan dalam Al-qur'an dan sunnah serta ijma ulama, dalam Al-qur'an ditegaskan bahwa:

*"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah:275)<sup>32</sup>*

Islam memberi perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan dari kekuatan yang bersifat massal dan impersonal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dalam menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.<sup>33</sup>

Harga yang adil (*equilibrium price*) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar; baik dari sisi penjual maupun pembeli. Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah sehingga penjual ataupun produsen tidak dapat *me'recovery* biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sebaliknya, harga tidak boleh terlalu tinggi, karena

---

<sup>31</sup> Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah*, (Ghalia Indonesia, Maret 2011), h.88

<sup>32</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op. Cit.* h.58

<sup>33</sup> P3EI, *Ekonomi Islam, Op. Cit.* h.330

akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu serta tidak merugikan para pembeli.

Dalam penetapan harga, tidak diperbolehkan adanya kerugian bagi pembeli maupun penjual ketika tingginya harga yang ditetapkan akan merugikan pembeli ataupun konsumen. Selain itu, kezaliman dapat juga terjadi jika investasi harga yang dilakukan oleh pemerintah tidak menggunakan kalkulasi matematis-ekonomis, sedangkan para pelaku pasar hanya berdasarkan pengalaman yang dimiliki. Pada akhirnya harga yang ditetapkan dapat menimbulkan kerugian bagi pihak tertentu.

Untuk menjaga keberlangsungan pasar secara normal dan tetap dapat mewujudkan kemaslahatan hidup masyarakat, diperlukan suatu lembaga yang mengawasi kegiatan secara optimal. Lembaga tersebut berkewajiban mengamati mekanisme pasar dan menjaganya dari praktik penimbunan (*ikhhtikar*), penipuan, serta tindakan yang dapat menyebabkan terjadinya distorsi pasar. Selain itu, lembaga tersebut mempunyai wewenang untuk memberikan sanksi kepada para pelaku pasar yang melakukan penyimpangan atas kaidah dan aturan yang telah ditetapkan.<sup>34</sup>

Allah Swt berfirman:

*"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung."* (QS. Ali Imran: 104)<sup>35</sup>

Allah Swt berfirman:

*"kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik."* (Qs. Ali Imran: 110)<sup>36</sup>

Pada dasarnya, jika pasar telah bekerja dengan sempurna, maka tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga. Penetapan

---

<sup>34</sup> Said Sa'ad Marthon, *Op.Cit*, h.100

<sup>35</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op. Cit*, h.79

<sup>36</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op.Cit*, h.80

harga kemungkinan justru akan mendistorsi harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar itu sendiri.<sup>37</sup>

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini tidak dapat terjadi bila antara penjual dan pembeli tidak bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual. Dalam ekonomi Islam keseimbangan pasar mempertimbangkan beberapa hal:

- 1) Dalam konsep Islam monopoli, duopoly, oligopoly tidak dilarang keberadaannya selama mereka tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal. Ini merupakan konsekuensi dari konsep keseimbangan harga.
- 2) Kondisi pasar yang kompetitif mendorong segala sesuatunya menjadi terbuka. Allah berfirman dalam surat An-Nisaa ayat 29 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>38</sup>*

Suka sama suka seniakna dengan sama-sama merelakan keadaan masing-masing diketahui oleh orang lain, berarti produsen dan konsumen mengetahui secara langsung kelebihan dan kelemahan dari barang yang ada dipasar, maka menjadikan semua pihak terbuka maka masyarakat akan cenderung merasa kurang puas, maka ia akan memilih produsen yang lain.

---

<sup>37</sup> P3EI, *Op.Cit*, h.335

<sup>38</sup> Hasbi Ash-Shiddiqi, *Op.Cit*, h.107

- 3) Produsen dilarang melakukan praktek perdagangan demi keuntungan pribadi dengan cara memapak pedagang dipinggir kota, mendapatkan keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari satu kota terhadap harga yang berlaku di Kota lain.
- 4) Konsep Islam melarang penimbunan karena alasan untuk mencari keuntungan dari kelangkaan barang tersebut.
- 5) Islam melarang kaum muslimin untuk bertindak curang. Bila penjual bertindak curang terhadap timbangannya, ukuran, jenis dan nilai maka pengaruhnya terhadap pembeli adalah; daya beli pembeli berkurang.
- 6) Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang tinggi. Imam Ibnu Majah meriwayatkan dari Uqbah bin Amir dari Rasulullah saw yang mengatakan:
 

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيْنَهُ لَهُ

*“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain. Dan tidak halal bagi seorang untuk menjual barang kepada saudaranya, sementara didalamnya terdapat cacat, selain itu menjelaskan cacat tersebut kepadanya.”<sup>39</sup>*

- 7) Jual beli dilakukan dengan keadaan nilai barang yang sama. Yahya menyampaikan kepadaku (hadits) dari Malik, dari Abdullah Ibn Yazid bahwa Yazid Ibn Ayyash memberitahukan bahwa ia suatu ketika bertanya kepada Sa’ad Ibn Waqqas mengenai menjual gandum putih untuk sejenis gandum yang bagus, Sa’ad bertanya kepadanya mana yang lebih bagus ketika ia memberitahukannya bahwa (yang lebih baik) adalah gandum putih, ia melarang transaksi itu. Sa’ad berkata, “apakah kurma-kurma mengecil ukurannya ketika mengering? Ketika Rasulullah saw diberitahu bahwa kurma itu mengecil, Rasulullah saw melarang hal itu. Hadits semakna diriwayatkan oleh Iman An-Nasa’i dari Ubadah bin Shamit, bahwa Rasulullah bersabda, “Emas dengan emas, biji dan zatnya harus

---

<sup>39</sup>Wahdah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 20011), Jilid 5, h.209

sebanding timbangannya. Perak dengan perak, biji dan zatnya harus sebanding timbangannya. Garam dengan garam, kurma dengan kurma, bur dengan bur, syair dengan syair, sama dan sepadam. Maka siapa saja yang menambah atau meminta tambah maka ia telah melakukan riba. Didalam hadits yang diriwayatkan Bukhari dan Abu Daud dari Umah, Rasulullah saw bersabda, "Emas (ditukar) dengan uang bisa bisa, kecuali sama-sama sepakat."<sup>40</sup>

## E. Kesimpulan

1. Mekanisme pasar yang ada mempunyai peran yang cukup penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, khususnya dalam sistem kapitalisme. Mekanisme pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan langkah yang diambil oleh pemerintah. Dalam konsep ekonomi kapitalisme, pasar akan dapat merealisasikan tujuan yang ada jika kondisi pasar dalam keadaan *perfect competition* (persaingan sempurna). *Perfect competition* dapat diraih apabila dalam mekanisme pasar tersebut terdapat penjual dan pembeli dalam jumlah yang sangat besar dan melakukan transaksi terhadap komoditas yang beragam serta sempurnanya informasi dalam mekanisme pasar tersebut. Tidak diperbolehkan adanya ketidakseimbangan informasi bagi para pelaku pasar. Selain itu, harus terdapat kebebasan dalam melakukan transaksi atas segala komoditas dan tidak adanya *entry-barrier* (hambatan masuk pasar) bagi penjual maupun pembeli. Dalam kondisi tersebut, harga yang akan terbentuk merefleksikan kesempatan dan kemaslahatan masing-masing pihak, dan kegiatan ekonomi akan tetap berjalan dengan normal untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pasar barang dan jasa, kondisi tersebut sangat sulit untuk direalisasikan.
2. Islam sangat menghargai pasar sebagai wahana bertransaksi atau perniagaan yang halal dan baik hingga secara umum pasar merupakan mekanisme alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi yang paling ideal. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan dengan cara yang baik

---

<sup>40</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam, Suatu Pengantar* (Jogyakarta: Ekonisia FEUII, 2004), h.216

berdasarkan prinsip saling ridha (*'an taradin minkalain*) sehingga tercipta keadilan. Di pasar, seseorang bebas melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Mekanisme pasar merupakan suatu kekuatan yang bersifat massal (*impersonal*) dan alamiah (*natural*) sehingga mencerminkan kondisi ekonomi masyarakat lebih luas. Dalam situasi yang bersaing sempurna (*perfect competition market*), tak ada seorang pun yang secara individual dapat mengendalikan mekanisme pasar. Allahlah yang mengatur naik turunnya harga. Islam sangat memperhatikan aktifitas pasar, terutama adalah kegiatan persediaan barang, penempatan dan pengaturan harga barang, rangkaian kegiatan tersebut harus dilandasi dengan norma-norma agama sebagai hukum dalam melakukan transaksi agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam pelaksanaannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A Bintari, Titin Supriantini, *penuntun Pelajaran Ekonomi dan koperasi Berdasarkan Kurikulum*, Bandung: Genece Exact, 1984
- Az-Zuhaili, Wahdah, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insani, 2011, Jilid 5
- Ash-Shiddiqi, Hasbi, *Alqur'an dan Terjemahan*, Jakarta: Departemen Agama RI, 1997
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Aunullah, Indi, *Ensiklopedi Fikih Untuk remaja*, Yogyakarta: Insan Madani, 2008
- Armstrong, Philip Kotler Gary, *Dasar-Dasar Pemasaran; principles of marketing 7e, alih bahasa; Alexander Sindaro dan Benyamin Molam*, Jakarta: prenhollindo, 1997, jilid2
- Boediono, *Ekonomi Mikro, Pengantar Ilmu Ekonomi*, Yogyakarta: Edisi 2

- Khaldun Ibnu, *Mukaddimah*, Terj. Ahmadi, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000
- Karim, Adiwarmam, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003
- M. A. Mannan, *Teori dan praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Amanah Bunda Sejahtera Solo, 1997
- Mujahidin, Akhmad M, , *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007
- Mansyuri, *Teori Ekonomi Dalam Islam*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005
- Murni, Asfia, *Ekonomika Makro*, Bandung: Refika Aditama, 2009
- Marthon, Said Sa'ad, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2007
- Noor, Henry Faizal, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2007
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006
- Sohari, dkk, *Fikih Muamalat*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia FEUII, 2004
- Sugiarto, *Sebuah Kajian Komprehensif*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Syafei, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka setia, 2004
- Swastha, Basu, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2007, Cet-XI
- Siddiqi, Muhammad, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Yusuf, Ahmad Muhammad, *Tematik Ayat Al-Qur'an dan Hadits*, Jakarta: Widya Cahaya, 2009