

Buku-18._Buku_ajar_2008

by Rizal05 Fahlefi05

Submission date: 08-Jan-2021 03:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 1484485466

File name: 18._Buku_ajar_2008.pdf (1.43M)

Word count: 30072

Character count: 194246

BABI KONSEP DASAR EKONOMI ISLAM

A. PENDAHULUAN

Meskipun ada kesamaan timbulnya kegiatan ekonominya, yakni disebabkan oleh adanya kebutuhan dan keinginan manusia, namun karena cara manusia dalam memenuhi alat pemenuh kebutuhan dan cara mendistribusikan alat kebutuhan tersebut didasari filosofi yang berbeda, maka timbulah berbagai bentuk sistem dan praktik ekonomi dari banyak negara di dunia. Perbedaan ini tidak terlepas dari pengaruh filsafat, agama, ideologi, dan kepentingan politik yang mendasari suatu negara penganut sistem tersebut.

Ilmu ekonomi adalah studi yang mempelajari cara-cara manusia mencapai kesejahteraan dan mendistribusikannya. Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana cara yang ditempuh manusia untuk mencapai kesejahteraan tersebut dan mendistribusikannya. Setidaknya dalam praktek ada lima sistem ekonomi yang dikenal dan dipraktikkan masyarakat dunia, yakni kapitalisme, sosialisme, fasisme, komunisme dan ekonomi Islam.

Dalam Islam, setiap keputusan ekonomi seorang manusia tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa dihubungkan dengan syariat. Al-Quran menyebut ekonomi dengan istilah *iqtishad* yang secara bahasa berarti pertengahan atau moderat, dimana seorang muslim dilarang melakukan pemborosan, sebaliknya ia diminta untuk mengambil sikap moderat dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya. Islam memformulasikan sistem ekonomi berdasarkan pandangan Islam tentang hakikat kehidupan manusia sebagai

khalifah di muka bumi dan akan mempertanggung jawabkan semua perbuatannya di akhirat nanti.

Apakah ekonomi Islam itu, bagaimana sejarah dan perkembangannya, apa yang membedakannya dengan sistem-sistem ekonomi lainnya, apa nilai-nilai yang mendasarinya, bagaimana paradigma yang digunakannya, dan bagaimana posisi ekonominya mikro dalam kesemestaan kajian ekonomi?

B. DEFINISI, RUANG LINGKUP DAN HAKIKAT EKONOMI ISLAM

Ekonomi, secara epistemologi berasal dari bahasa Yunani *oikos* dan *nomos*. *Oikos* bermakna rumah dan *nomos* bermakna pengelolaan, sehingga ekonomi dimaknai sebagai pengelolaan rumah (*tadbir umur al-bayt, household management*). Dalam khazanah keilmuan, ekonomi adalah sebuah ilmu sosial yang mempelajari produksi, distribusi, perdagangan serta konsumsi barang dan jasa. Sedangkan ekonomi dalam perspektif Islam merupakan pengelolaan harta benda menurut ketentuan ajaran Islam

Al-Tariqi (2004: 14) mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu tentang hukum-hukum *syari'at* aplikatif yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci tentang persoalan yang terkait, mencari, membelanjakan dan cara-cara mengembangkan harta. Sementara Metwally (1995: 1) mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas. Berbeda dari definisi sebelumnya, Muhammad Akram Khan (1994: 33) menjelaskan bahwa ekonomi Islam menekankan pada

studi tentang kemenangan manusia (*jaliUi*) yang dapat dicapai melalui pengorganisasian sumber daya alam yang didasarkan pada kerjasama dan partisipasi.

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami dengan mendasarkan segala aspek ontologi, epistemologi dan aksiologinya kepada agama Islam (Hendrie Ante, 2003: 10). Dengan demikian sumber hukum ekonomi Islam adalah al-Qur'an dan sunnah, sedangkan hal-hal yang tidak secara jelas diatur dalam kedua sumber ajaran Islam tersebut diperoleh ketentuannya dengan jalan ijtihad.

Syed Nawab Haider Naqvi (2003: 28) menegaskan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim modern. Naqvi membatasi bahwa ruang lingkup dari ekonomi Islam adalah masyarakat muslim dan negara muslim sendiri. Ekonomi Islam mempelajari perilaku ekonomi dari masyarakat atau negara muslim dimana nilai-nilai ajaran Islam dapat diterapkan. Namun sebagian besar pendapat lain tidak memberikan batasan seperti ini, melainkan lebih kepada penekanan terhadap perspektif Islam tentang masalah ekonomi pada umumnya. Ilmu ekonomi Islam menekankan pada bagaimana Islam memberikan pandangan dan solusi atas berbagai persoalan ekonomi yang dihadapi umat manusia secara umum.

Secara epistemologis, ekonomi Islam dibagi menjadi dua disiplin ilmu; *pertama*, ekonomi Islam normatif, yaitu studi tentang hukum-hukum syariah Islam yang berkaitan dengan urusan harta benda (*al-mol*) yang mencakup kepemilikan (*al-milkiyah*), pemanfaatan kepemilikan *ttasharruf fl al-milkiyahi*, dan distribusi kekayaan kepada masyarakat (*tauzi' al-*

tsarwah baina al-nas). Bagian ini merupakan pemikiran yang terikat nilai (*value-bond*) atau valuational, karena diperoleh dari sumber nilai Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah, melalui metode deduksi (*istinbith*) hukum syariah dari sumber hukum Islam yaitu al-Qur'an dan as-Sunnah. Ekonomi Islam normatif ini oleh Syaikh Taqiyuddin an-Nabhani (1990: 47) disebut sistem ekonomi Islam (*an-nizham al-iqtishadi fi al-Islam*). *Kedua*, ekonomi Islam positif, yaitu studi tentang konsep-konsep Islam yang berkaitan dengan urusan harta benda, khususnya yang berkaitan dengan produksi barang dan jasa, yang mencakup segala macam cara (*uslub*) dan sarana (*wasflah*) yang digunakan dalam proses produksi barang dan jasa. Bagian ini merupakan pemikiran universal, karena diperoleh dari pengalaman dan fakta empiris, melalui metode induksi (*istiqrâ'*) terhadap fakta-fakta empiris parsial dan generalisasinya menjadi suatu kaidah atau konsep umum. Bagian ini tidak harus mempunyai dasar konsep dari al-Qur'an dan as-Sunnah, tapi cukup disyaratkan tidak boleh bertentangan dengan al-Qur'an dan as-Sunnah. Ekonomi Islam positif ini oleh Syaikh Taqiyuddin an-Nabhani (1990: 47) disebut ilmu ekonomi Islam (*al-'ilm al-iqtishadi fi al-Islam*).

Menurut ekonomi konvensional, masalah ekonomi muncul karena kebutuhan manusia bersifat tidak terbatas sementara ketersediaan sumber daya ekonomi bersifat terbatas. Sehingga dalam pandangan ekonomi konvensional dirumuskan bahwa ekonomi adalah ilmu yang mempelajari kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas. Pandangan ini menimbulkan beberapa pertanyaan, benarkah kebutuhan manusia tidak terbatas, benarkah ketersediaan sumber daya bersifat terbatas, dapatkah kebutuhan manusia (yang tidak terbatas) itu dikendalikan?

Ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam kebutuhan (*need*) terbatas sedangkan sumber daya tidak terbatas. Dalam ekonomi Islam, kebutuhan manusia terbatas, karena pemenuhannya di esuaikan dengan kapasitas jasmani manusia, mi alnya ketika sudah merasakan kenyang dengan tiga piring nasi dan sayuran dalam sehari maka manusia tidak akan makan lagi, karena kalau makan lagi tidak memenuhi kapasitas perut. Contoh ini menunjukkan bahwa kebutuhan sebenarnya sangat terbatas. Sedangkan yang tidak terbatas adalah keinginan. Menurut ekonomi Islam sumber daya tidak terbatas karena alam semesta yang diciptakan Allah bagi manusia tidak akan habis, di alam ini ada potensi kekayaan yang sepenuhnya belum tergali oleh manusia. Oleh karena itu manusia dituntut untuk menggali kekayaan alam yang tidak ada batasnya guna memenuhi kebutuhan (Heri Sudarsono, 2003: 11-12).

C. SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU EKONOMI ISLAM

Pada dasarnya Islam menghendaki adanya perlindungan menyeluruh terhadap praktek ekonomi, sebagai bagian dari perilaku yang bersinggungan dengan sisi kehidupan lainnya. Praktek ekonomi Islam sudah mulai dilakukan semenjak masa kenabian Rasulullah Muhammad SAW. Secara bertahap teori, syariat dan praktek perekonomian Islam terns terbangun seiring dengan perkembangan peradaban Islam.

Al-Qur'an secara bertahap menjelaskan landasan umum bidang ekonomi yang tercermin dalam QS. al-Baqarah [2]: 275, 279, 282; an-Nisa' [4]: 5, 10; al-Maidah [5]: 1; al-A'raf [7]: 31, dan lain-lain, begitupun dengan hadis-hadis Nabi. Bukti ini menunjukkan bahwa Islam telah menetapkan pokok-pokok ekonomi sejak pensyariaan Islam.

Ketika bentuk transaksi manusia mulai meluas dan lebih variatif, maka berkembanglah studi-studi ekonomi. Ulama mulai meletakkan hukurn-hukurn syari'at untuk perkara dan masalah ekonomi kontemporer. Kitab fikih yang berkaitan dengan ini bennunculan pada abad kedua hijriyah dan sesudahnya, dengan pembahasan masalah-masalah penting dalam ekonomi seperti zakat, denda, transaksi, perjanjian, pendapatan, mahar, warisan dan denda pidana. Diantara kitab tersebut adalah *al-Umm* karangan Imam Syafi'i, *al-Mughni* karangan Ibnu Qadamah dan lain sebagainya. Buku-buku yang secara khusus berbicara tentang ekonomi juga bermunculan, antara lain *al-Kharraj* karangan Abu Yusuf, *al-Kharraj* karangan Yahya ibn Adam al-Qursyi, *al-Amwtil* karangan Abu Ubaid, *Ahkdm al-Suq* karangan Yahya ibn Umar, *al-Hisbah* karangan Ibn Taimiyah dan lain-lain (At-Tariqi, 2004: 27).

Studi-ekonomi terus mengalami perkembangan hingga pertengahan abad keempat hijriyah ketika praktek *taklid* semakin merajalela dan pintu ijtihad dinyatakan tertutup. Sebagian studi melemah, hanya sedikit ulama yang masih menekuni permasalahan ini seperti Ibnu Taimiyah dan muridnya Ibnu al-Qayyim dan beberapa orang lainnya (At-Tariqi, 2004:27).

D. NILAI-NILAI DASAR EKONOMI ISLAM

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini -baik filosofis, instrumental maupun institusional- didasarkan atas al-Qur'an dan Sunnah yang

merupakan dua sumber normatif tertinggi dalam agama Islam. Inilah hal utama yang membedakan ekonomi Islam dengan konvensional, yaitu ditematkannya sumber ajaran agama sebagai sumber utama bagi ilmu ekonomi. Tentu saja, al-Qur'an dan Sunnah bukanlah merupakan sumber yang instan menjadi ilmu pengetahuan. Untuk mengubah nilai dan etika Islam menjadi suatu peralatan operasional yang berupa analisis ilmiah, maka suatu filsafat etika harus disusutkan menjadi sekumpulan aksioma yang kemudian dapat berlaku sebagai suatu titik mula pembuat kesimpulan logis mengenai kaidah-kaidah sosial dan perilaku ekonomi yang secara Islami absah. Inilah yang dimaksudkan dengan nilai dasar ekonomi Islam dalam pembahasan ini, yang sesungguhnya merupakan derivasi dari ajaran Islam dalam bentuk yang lebih fokus. (Hendrie Anto, 2003: 31)

Menurut (Chapra, 2001: 201-215) bahwa nilai-nilai dasar yang harus digunakan dalam membentuk ekonomi Islam ini adalah tauhid, khilafah dan keadilan.

1. Prinsip Tauhid

Batu fondasi keimanan Islam adalah tauhid, dimana pada konsep ini bermuara semua pandangan dunia dan strateginya. Tauhid mengandung pengertian bahwa alam semesta didesain dan diciptakan secara sengaja oleh Allah yang maha kuasa, yang bersifat esa dan unik, dan ia tidak terjadi karena suatu kebetulan. Segala sesuatu yang diciptakan-Nya pasti memiliki tujuan. Tujuan inilah yang akan memberikan arti dan signifikansi bagi eksistensi jagad raya, dimana manusia merupakan salah satu bagiannya. Sesudah menciptakan jagad raya ini Allah tetap terlibat dalam segala urusannya dan senantiasa waspada dan mengawasi kejadian yang paling kecil sekalipun.

2. Prinsip Khilafah

Manusia adalah *khalifan* (wakil) Allah di bumi. Ia telah dibekali dengan semua karakteristik mental, spritual dan materil untuk memungkinkan hidup dan mengemban misi secara efektif. Manusia juga telah disediakan segala sumber daya memadai bagi pemenuhan kebutuhan kebahagiaan bagi manusia seluruhnya seandainya digunakan secara efektif dan adil. Konsepsi *tauhid* dan *khilafah*. secara *inhern* bertentangan dengan konsep 'dosa asal' atau 'tabula rasa', sebab manusia diberikan kebebasan oleh Allah dalam batas-batas yang telah ditentukan-Nya. Manusia diberi kedudukan terhormat untuk menjalankan misi-misi yang digariskan-Nya, dimana nanti akan terdapat pertanggungjawaban dihari kiamat. Konsep *khilafah* ini membawa beberapa implikasi, antara lain:

a. Persaudaraan universal

Khilafah mengandung konsekuensi persatuan dan persaudaraan fundamental umat manusia. Setiap orang adalah *khalifah*, sehingga seluruh manusia memiliki martabat yang sama. Perbedaan martabat antara satu orang dengan orang lain tidak terletak pada ras, kelompok atau bangsanya melainkan pada pokok keimanannya.

b. Sumber daya adalah amanah

Seluruh sumber daya alam adalah milik Allah, bukan milik manusia. Manusia hanya dititipi untuk memanfaatkan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan-Nya. Konsepsi ini akan membawa implikasi yang mendasar terhadap konsep kepemilikan sumber daya, antara lain: (1) sumber daya harus digunakan untuk kepentingan semua

orang, bukan segelintir saja; (2) setiap orang harus mencari sumber daya dengan jujur dan benar, dengan cara yang telah ditetapkan-Nya; (3) meskipun sumber daya telah diperoleh dengan cara benar dan jujur, tetapi tetap harus dimanfaatkan sesuai dengan keamanatannya; dan (4) tidak seorangpun berhak menyalahgunakan atau menghancurkan sumber daya.

c. Gaya hidup sederhana

Satu-satunya gaya hidup yang sesuai dengan kedudukan *khalifah* adalah sederhana. Ia tidak boleh merefleksikan sikap arogansi, kemegahan, kecongkakan dan kerendahan moral. Gaya hidup berlebihan akan menimbulkan sikap berlebihan dan pemborosan sumber daya alam, serta berbagai permasalahan buruk lainnya. Sikap berlebihan juga akan memperlemah ikatan persaudaraan yang merupakan salah satu karakter utama sebuah masyarakat muslim.

d. Kebebasan manusia

Manusia adalah *khalifah* Allah, karenanya ia harus menghambakan dirinya kepada Allah. Posisi sebagai *khalifah*. ini juga berarti bahwa tidak ada bentuk penghambaan manusia terhadap selain Allah. Pandangan ini membawa implikasi bahwa dalam pandangan Islam manusia memiliki kebebasan yang tinggi, kecuali terhadap perintah Allah. Tidak satu orangpun yang berhak membatasi kebebasan manusia, kecuali syari'at Islam yang merupakan perintah Allah. Tujuan utama diturunkannya Rasulullah saw adalah untuk membebaskan manusia dari beban dan belenggu yang dikumpulkan kepada mereka (QS. al-A'raf [7]: 157). Dengan demikian kebebasan manusia bukanlah kebebasan tanpa batas.

3. Prinsip Keadilan

Persaudaraan yang merupakan bagian integral dari konsep tauhid dan khilafah akan tetap menjadi konsep yang kosong -yang tidak memiliki substansi- jika tidak dibarengi dengan keadilan sosial• ekonomi. Keadilan (*'adalah*) adalah misi utama ajaran Islam, karenanya ia akan menjadi salah satu nilai dasar dalam perekonomian. Ada beberapa terminologi yang digunakan al-Qur'an dalam menyebut keadilan, antara lain *'adl, qisth, mizan*, sementara untuk terminologi ketidak-adilan adalah *zulm, itsm, dhalal* dan lainnya. Bahkan, keadilan merupakan sikap yang dianggap paling dekat dengan takwa (QS. al-Maidah [5]: 8). Nilai keadilan ini membawa beberapa implikasi, yaitu:

a. Pemenuhan kebutuhan pokok

Seluruh sumber daya ekonomi harus digunakan untuk pemenuhan kebutuhan pokok semua individu dan menjamin setiap orang mendapatkan standar hidup yang manusiawi, terhormat dan bermartabat. Pemenuhan kebutuhan pokok ini dilakukan dalam kerangka kehidupan yang sederhana sesuai dengan anjuran agama Islam. Para *fuqaha* telah sepakat bahwa hukurnnya wajib (*fardhi kifayah*) bagi masyarakat muslim untuk memperhatikan kebutuhan pokok masyarakat miskin.

b. Sumber-sumber pendapatan yang terhormat

Pada dasarnya setiap individu memiliki kewajiban untuk mencari penghasilan, kecuali terdapat situasi yang memang benar-benar tidak memungkinkan untuk ha! ini. Dalam situasi seperti ini maka menjadi kewajiban kolektif umat Islam untuk membantunya. Penghasilan

masyarakat harus berasal dari sumber-sumber yang terhormat yaitu halal lagi baik (*halalan thayyiban*), sesuai dengan kedudukan manusia sebagai *khalifah* Allah.

c. Distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata

Kesenjangan pendapatan dan kekayaan pasti akan terjadi, karenanya ia merupakan sesuatu yang alamiah. Meskipun demikian kesenjangan ini harus dikurangi dan sumber daya ekonomi harus didistribusikan secara lebih merata. Melebarnya kesenjangan akan merusak nilai-nilai persaudaraan, dan akhirnya akan merusak kehidupan masyarakat secara keseluruhan.

d. Pertumbuhan dan stabilitas

Umat Islam tidak mungkin dapat merealisasikan pemenuhan kebutuhan pokok, penciptaan lapangan kerja yang terhormat dan memadai, serta mendistribusikan kekayaan secara lebih merata jika tanpa memiliki tingkat pertumbuhan dan stabilitas perekonomian yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi dan stabilitas ini harus dilakukan secara sehat dan kokoh.

Sementara Naqfy (2003: 37-49) mengemukakan tauhid, keseimbangan/ keadilan, kebebasan berkehendak dan tanggungjawab sebagai nilai dasar untuk mengembangkan ekonomi Islam.

l. Aksioma Tauhid

Tauhid merupakan konsep utama dalam keseluruhan ajaran Islam, dimana dalam pengertian absolut hanya berhubungan dengan Allah. Manusia bersifat *teomorfis*, karenanya mencerminkan sifat-sifat

ilahiyah dan semua manifestasi duniawinya. Tauhid merupakan konsep yang serba eksklusif sekaligus inklusif.

2. Aksioma Keseimbangan (*al- 'adl wa al-ihsani*)

Jika tauhid merupakan dimensi vertikal dari Islam, maka keseimbangan ini merupakan dimensi horizontalnya.

3. Aksioma Kebebasan Berkehendak (*ikhtiyar*)

Dalam pandangan Islam manusia memiliki kebebasan, walaupun dalam batas-batas kebebasan mutlak Tuhan. Setelah diberi berbagai piranti untuk memilih yang benar dan yang salah, yang baik dan yang buruk, hingga yang bermanfaat dan yang merusak, maka manusia diberikan kebebasan untuk memilih. Bahkan, manusia diberikan kebebasan untuk menentukan kehidupannya, tidak diikat dalam takdir (dalam pengertian *jabariyah*)

Teomorfisme yang dibingkai dalam *tauhid* dipadukan dalam kebebasan yang dimiliki akan membentuk konsep kehendak bebas manusia dalam bingkai Ketuhanan. Artinya, manusia bebas tidak sebebas-bebasnya, tetapi tetap terikat dengan batasan-batasan yang diberikan Allah. Terdapat sebuah keyakinan bahwa hanya Allah yang Maha Mengetahui, sedangkan manusia serba terbatas (QS. al-Baqarah [2]: 216), sehingga manusia tetap harus terikat dengan ketentuan Allah. Konsep kebebasan seperti ini membawa implikasi, misalnya, bahwa manusia harus dibimbing wahyu dalam menentukan preferensi konsumsi terbaiknya. Manusia dapat berusaha untuk mengetahui dan menentukan preferensi terbaiknya, tetapi pengetahuannya tidak mutlak benar. Hanya Allah yang Maha Mengetahui. Implikasi lain misalnya

adalah penghargaan Islam atas kebebasan individu, disamping penghargaannya terhadap kepentingan bersama.

4. Aksioma Tanggungjawab (*fardh*)

Tanggungjawab merupakan konsekuensi logis dari adanya kebebasan, dan juga sebaliknya. Ia menetapkan apa yang bebas dilakukan manusia dengan membuatnya bertanggungjawab atas semua yang dilakukan itu (QS. an-Nisa' [4]: 85). Pertanggungjawaban ini tidak hanya mencakup pertanggungjawaban seluruh perbuatan di dunia dan di alam akhirat, namun juga pertanggungjawaban individu terhadap lingkungannya, pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat atau sebaliknya. Manusia tidak hanya bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya tetapi juga bertanggungjawab terhadap apa yang terjadi di lingkungannya. Di alam akhirat tak seorangpun dapat lolos dari pertanggungjawabannya secara individu kepada Allah swt. Kebebasan yang diikuti dengan pertanggungjawaban inilah yang akan melahirkan keseimbangan sosial dan alam.

Chowdhury (1995) mengemukakan nilai *tauhid and brotherhood, work and productivity* dan *distributional equity* sebagai landasan filosofis ekonomi Islam. (Hendrie Anto, 2003: 36)

1. Prinsip *tauhid and brotherhood*

Prinsip ekonomi Islam yang paling utama adalah *tauhid and brotherhood* (tauhid dan persaudaraan). Secara literer tauhid berarti 'satu', namun dalam pengertian yang lebih luas hal ini menunjukkan aspek transendensi manusia terhadap Tuhan yang Maha Satu. Dalam konteks ekonominya, hal ini akan membawa implikasi adanya keharusan

ekonomi untuk bertolak dan bersumber dari ajaran Allah, dilakukan dengan cara-cara yang ditentukan Allah, dan akhirnya ditujukan untuk ketakwaan kepada Allah. Persaudaraan mengandung pengertian hubungan antara sesama manusia yang dibingkai oleh rasa kasih sayang, tolong menolong dan keadilan.

Dalam pandangan Islam tauhid dan persaudaraan merupakan sebuah kesatuan integral. Sikap takwa kepada Allah akan diikuti rasa persaudaraan kepada sesama, demikian sebaliknya, rasa persaudaraan sesama dibangun atas dasar ketakwaan kepada Allah. Dalam pengertian yang lebih luas, persaudaraan menggambarkan sifat kemanusiaan dari ekonomi Islami. Dengan demikian, ekonomi Islami akan memiliki dimensi ketuhanan dan kemanusiaan sekaligus.

2. Prinsip *Work and productivity*

Prinsip kedua adalah *work and productivity* (kerja dan produktivitas). Ajaran Islam mendorong umatnya untuk bekerja keras dan berperilaku produktif. Kerja yang dianjurkan dalam ajaran Islam adalah kerja yang baik, yaitu dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan sesuai dengan keahliannya. Perbedaan kerja dan produktivitas dapat membawa implikasi akan adanya perbedaan pada kompensasi atau upah yang berhak diterima. Upah, pendapatan dan kekayaan dapat saja berbeda, antara satu orang dengan orang lain sepanjang perbedaan ini bersumber pada perbedaan produktivitas. Penghargaan terhadap kerja dan produktivitas ini akan menciptakan profesionalisme sekaligus keadilan, dalam pengertian seorang akan mendapatkan haknya sebatas yang diusahakannya. Nilai kerja dan produktivitas akan menjadi karakteristik yang menonjol dalam segala kegiatan ekonomi Islami.

Prinsip-prinsip pengupahan, kerjasama usaha, dan seluruh kegiatan perekonomian harus memperhatikan prinsip ini.

3. Prinsip *Distributional Equity*

Prinsip ketiga dalam ekonomi Islam adalah hak masyarakat untuk meredistribusi kekayaan pribadi. Banyak ayat Qur'an dan Sunnah yang memerintahkan langkah redistribusi kekayaan dan pendapatan, baik yang sifatnya wajib maupun sunah. Pada masa lalu beberapa sumber pemasukan negara banyak digunakan untuk upaya redistribusi ini, misalnya zakat, *shadaqah*, *ghanimah*, *fai*, *kharaj*, *'ushr* dan lain• lain. Pada dasarnya tidak ada aturan yang detail dan bersifat kaku mengenai penyaluran dana-dana ini, kecuali zakat, sehingga pada masa kini pengelolaannya dapat disesuaikan dengan konteks yang relevan. Langkah-loangkah redistribusi harus dilakukan secara sistemis dengan organisasi yang baik. Dalam level yang lebih kecil, penerapan hukum waris juga merupakan mekanisme distribusi dalam lingkup keluarga.

Pada prinsipnya, redistribusi kekayaan dan pendapatan merupakan sesuatu yang sangat ditekankan dalam Islam, serta merupakan refleksi dari ketauhidan dan persaudaraan. Tujuan dari upaya redistribusi terutama adalah untuk meningkatkan transformasi produktif dari pendapatan nasional dan kekayaan serta meningkatkan kesejahteraan terhadap masyarakat luas. Upaya redistribusi kekayaan yang dilakukan secara sukarela oleh penduduk Madinah (*Anshar*) terhadap imigran dari Mekkah (*Muhajirin*) pada masa awal Hijrah juga merupakan contoh yang baik. Pada masa itu secara sukarela para *Anshar* membagikan kekayaannya kepada kaum *Muhajiriri* yang datang ke Madinah dengan tidak membawa bekal material yang memadai.

Sedikit berbeda dengan pendapat di atas, Manzoor (1996: 23-37) menjelaskan bahwa nilai-nilai yang menjadi landasan filosofis ekonomi Islam adalah tauhid, persaudaraan, kebebasan individu dan tanggungjawab sosial, dan pengakuan terhadap pemilikan individu.

E. SISTEM EKONOMI KAPITALIS, SOSIALIS DAN ISLAM

Paham Kapitalisme berasal dari Inggris abad 18, kemudian menyebar ke Eropa Barat dan Amerika Utara. Sebagai akibat dari perlawanan terhadap ajaran gereja, tumbuh aliran pemikiran liberalisme di negara-negara Eropa Barat. Aliran ini kemudian merambah ke segala bidang termasuk bidang ekonomi. Dasar filosofis pemikiran ekonomi Kapitalis bersumber dari tulisan Adam Smith dalam bukunya *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* yang ditulis pada tahun 1776. Isi buku tersebut sarat dengan pemikiran-pemikiran ringkas laku ekonomi masyarakat. Dari dasar filosofi tersebut kemudian menjadi sistem ekonomi, dan pada akhirnya kemudian mengakar menjadi ideologi yang mencerminkan suatu gaya hidup (*way of life*).

Smith berpendapat motif manusia melakukan kegiatan ekonomi adalah atas dasar dorongan kepentingan pribadi, yang bertindak sebagai tenaga pendorong yang membimbing manusia mengerjakan apa saja asal masyarakat sedia membayar. Motif kepentingan individu yang didorong oleh filsafat liberalisme kemudian melahirkan sistem ekonomi pasar bebas, pada akhirnya melahirkan ekonomi Kapitalis.

Milton H. Spencer (1977), dalam bukunya *Contemporary Economics* menyatakan bahwa kapitalisme merupakan sebuah sistem organisasi

ekonomi yang dicirikan oleh hak milik privat (individu) atas alat-alat produksi dan distribusi (tanah, pabrik-pabrik, jalan-jalan kereta api, dan sebagainya) dan pemanfaatannya untuk mencapai laba dalam kondisi• kondisi yang sangat kompetitif. Dengan demikian kapitalisme angkat erat hubungannya dengan pengejaran kepentingan individu. Bagi Smith bila setiap individu diperbolehkan mengejar kepentingannya sendiri tanpa adanya campur tangan pihak pemerintah, maka ia seakan-akan dibimbing oleh tangan yang tak nampak (*the invisible hand*), untuk mencapai yang terbaik pada masyarakat. Dengan kata lain dalam sistem ekonomi kapitalis berlaku "*free fight Liberalism*" (sistem persaingan bebas). Siapa yang memiliki dan mampu menggunakan kekuatan modal (*capital*) secara efektif dan efisien akan dapat memenangkan pertarungan dalam bisnis. Paham yang mengagungkan kekuatan modal sebagai syarat memenangkan pertarungan ekonomi disebut sebagai kapitalisme.

Prinsip dasar sistem ekonomi kapitalis ini meliputi beberapa hal sebagai berikut (Afzalur Rahman, 1995: 2):

1. Kebebasan memiliki harta secara perorangan.

Setiap individu dapat memiliki, membeli dan menjual hartanya menurut yang dikehendaki tanpa hambatan. Individu mempunyai kuasa penuh terhadap hartanya dan bebas menggunakan sumber-sumber ekonomi menurut cara yang dikehendakinya.

2. Kebebasan ekonomi dan persaingan bebas.

Setiap individu berhak untuk mendirikan, mengorganisasi dan mengelola perusahaan yang diinginkan. Setiap individu juga berhak terjun dalam semua bidang perruagaan dan memperoleh sebanyak-

banyaknya keuntungan. Berdasarkan prinsip persaingan bebas, maka setiap individu dapat menggunakan potensi fisiknya, mental dan sumber-sumber yang tersedia untuk dimanfaatkan bagi kepentingan individu tersebut.

3. Ketimpangan ekonomi.

Dalam sistem ekonomi kapitalis, modal merupakan sumber produksi dan sumber kebebasan. Individu-individu yang memiliki modal lebih besar akan menikmati hak kebebasan yang lebih baik untuk mendapatkan hasil yang sempurna. Ketidaksamaan kesempatan mewujudkan jurang perbedaan diantara golongan kaya bertambah kaya dan yang miskin semakin miskin.

Sedangkan sosialisme, merupakan istilah yang digunakan dalam banyak arti. Istilah sosialisme selain digunakan untuk menunjukkan sistem ekonomi, juga digunakan untuk menunjukkan aliran filsafat, ideologi, cita-cita, ajaran-ajaran atau gerakan. Sosialisme sebagai gerakan ekonomi muncul sebagai perlawanan terhadap ketidakadilan yang timbul dari sistem kapitalisme.

Dalam masyarakat sosialis hal yang menonjol adalah kolektivisme atau rasa kebersamaan. Untuk mewujudkan rasa kebersamaan ini, alokasi produksi dan cara pendistribusian semua sumber-sumber ekonomi diatur oleh negara. Brinton (1981) menjelaskan bahwa sosialisme merupakan bentuk perekonomian di mana pemerintah paling kurang bertindak sebagai pihak dipercayai oleh seluruh warga masyarakat, dan menasionalisasikan industri-industri besar dan strategis seperti pertambangan, jalan-jalan, dan jembatan, kereta api, serta cabang-cabang produk lain yang menyangkut hajat hidup orang banyak. Dalam bentuk yang paling lengkap sosialisme

melibatkan pernilikan semua alat-alat produksi, termasuk di dalamnya tanah-tanah pertanian oleh negara, dan menghilangkan milik swasta.

Sistem ekonomi sosialis ini memiliki beberapa prinsip dasar, yaitu (Afzalur Rahman, 1995: 6):

1. Pemilikan harta oleh negara.

Seluruh bentuk produksi dan sumber pendapatan menjadi milik negara atau masyarakat keseluruhan. Hak individu untuk memiliki harta atau memanfaatkan produksi tidak diperbolehkan. Dengan demikian individu secara langsung tidak mempunyai hak kepemilikan.

2. Kesamaan ekonomi

sistem ekonomi sosialis menyatakan (walaupun sulit ditemui di semua negara komunis) bahwa hak-hak individu dalam suatu bidang ekonomi ditentukan oleh prinsip kesamaan. Setiap individu disediakan kebutuhan hidup menurut keperluan masing-masing.

3. Disiplin politik

untuk mencapai tujuan di atas, keseluruhan negara diletakkan dibawah peraturan kaum buruh, yang mengambil alih semua aturan produksi dan distribusi. Kebebasan ekonomi serta hak pernilikan harta dihapuskan sama sekali.

Sistem kapitalis dan sosialis telah menunjukkan kegagalan dengan mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi dunia. Sistem ekonomi Islam hadir membawa pencerahan dan terus digali untuk diterapkan sebagai

sistem perekonomian. Ekonomi Islam memiliki solusi terhadap berbagai kelemahan yang dimiliki oleh sistem kapitalis dan sosialis. Motif kepentingan individu yang mendorong lahirnya kapitali dan motif kolektivisme yang diagungkan oleh sosialis, keduanya mendapatkan tempat yang wajar dalam ekonomi Islam, karena Islam menghargai kebebasan individu sekaligus menjunjung tinggi kepentingan sosial.

Ekonomi Islam memiliki prinsip dasar yang berbeda dari dua sistem ekonomi di atas, perbedaan tersebut dapat dilihat dari beberapa prinsip dasar di bawah ini (Afzalur Rahman, 1995: 8-9)::

1. Kebebasan individu

individu mempunyai hak kebebasan sepenuhnya untuk berpendapat atau membuat keputusan yang dianggap perlu dalam sebuah negara Islam, karena tanpa kebebasan tersebut individu muslim tidak dapat melaksanakan kewajiban menclasar dan penting dalam menikmati kesejahteraan dan menghindari terjadinya kekacauan dalam masyarakat

2. Hak terhadap harta

Islam mengakui hak individu untuk memiliki harta, meskipun demikian Islam memberikan batasan tertentu supaya kebebasan itu tidak merugikan kepentingan masyarakat umum.

3. Ketidaksamaan ekonomi dalam batas wajar

Islam mengakui ketidaksamaan ekonomi antara orang perorang tetapi tidak membiarkannya bertambah luas. Islam menjadikan perbedaan tersebut dalam batas-batas yang wajar, adil dan tidak berlebihan.

4. Kesamaan sosial

Islam tidak menganjurkan kesamaan ekonomi tetapi mendukung dan menggalakkan kesamaan sosial sehingga sampai tahap bahwa kekayaan negara yang dimiliki tidak hanya dinikmati oleh sekelompok tertentu masyarakat saja. Di samping itu amat penting setiap individu dalam sebuah negara (Islam) mempunyai peluang yang sama untuk berusaha mendapatkan pekerjaan atau menjalankan aktifitas ekonominya.

5. Jaminan sosial

Setiap individu mempunyai hak untuk hidup dalam sebuah negara Islam, setiap warga negara dijamin untuk memperoleh kebutuhan pokoknya masing-masing.

6. Distribusi kekayaan secara meluas

Islam mencegah penumpukan kekayaan pada sekelompok kecil orang tertentu dan menganjurkan distribusi kekayaan kepada seluruh lapisan masyarakat.

7. Larangan penumpukan kekayaan

Sistem ekonomi Islam melarang individu mengumpulkan harta kekayaan secara berlebihan dan mengambil langkah-langkah yang perlu untuk mencegah perbuatan tersebut terjadi

8. Larangan terhadap organisasi anti sosial

Sistem ekonomi Islam melarang semua praktek yang merusak dan anti sosial yang terdapat dalam masyarakat, seperti judi, riba, dan sebagainya

9. Kesejahteraan individu dan masyarakat.

Islam mengakui kesejahteraan individu dan masyarakat, yang saling melengkapi bukan saling bertentangan.

Dalam mengorganisir sistem ekonomi ini, Islam memiliki tiga strategi, yaitu (Siddiqi, 1986: 28):

1. Tujuan yang terperinci dan jelas.
2. Sikap moral dan pola tingkah laku yang dirumuskan dengan baik dari pelaku-pelaku ekonomi.
3. Undang-undang, peraturan dan ketentuan-ketentuan khusus yang ditetapkan oleh negara.

F. PARADIGMA EKONOMI ISLAM

Paradigma merupakan istilah yang dipopulerkan Thomas Khun (1970) dalam karyanya *The Structure of Scientific Revolution*. Paradigma di sini diartikan Khun sebagai kerangka referensi atau pandangan dunia yang menjadi dasar keyakinan atau pijakan suatu teori. Taqiyuddin an-Nabhani (2001) dalam karyanya *Nizhm AL-Isliim* menggunakan istilah lain yang maknanya hampir sama dengan paradigma, yaitu *al-qd'idah fikriyah*, yang berarti pemikiran dasar yang menjadi landasan bagi pemikiran-pemikiran lainnya.

Banyak dasar pemikiran yang memperkenalkan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, dan pada saat yang bersamaan, dasar pemikiran itu memerlukan penyusunan latarbelakang yang lebih dalam dan detail dari

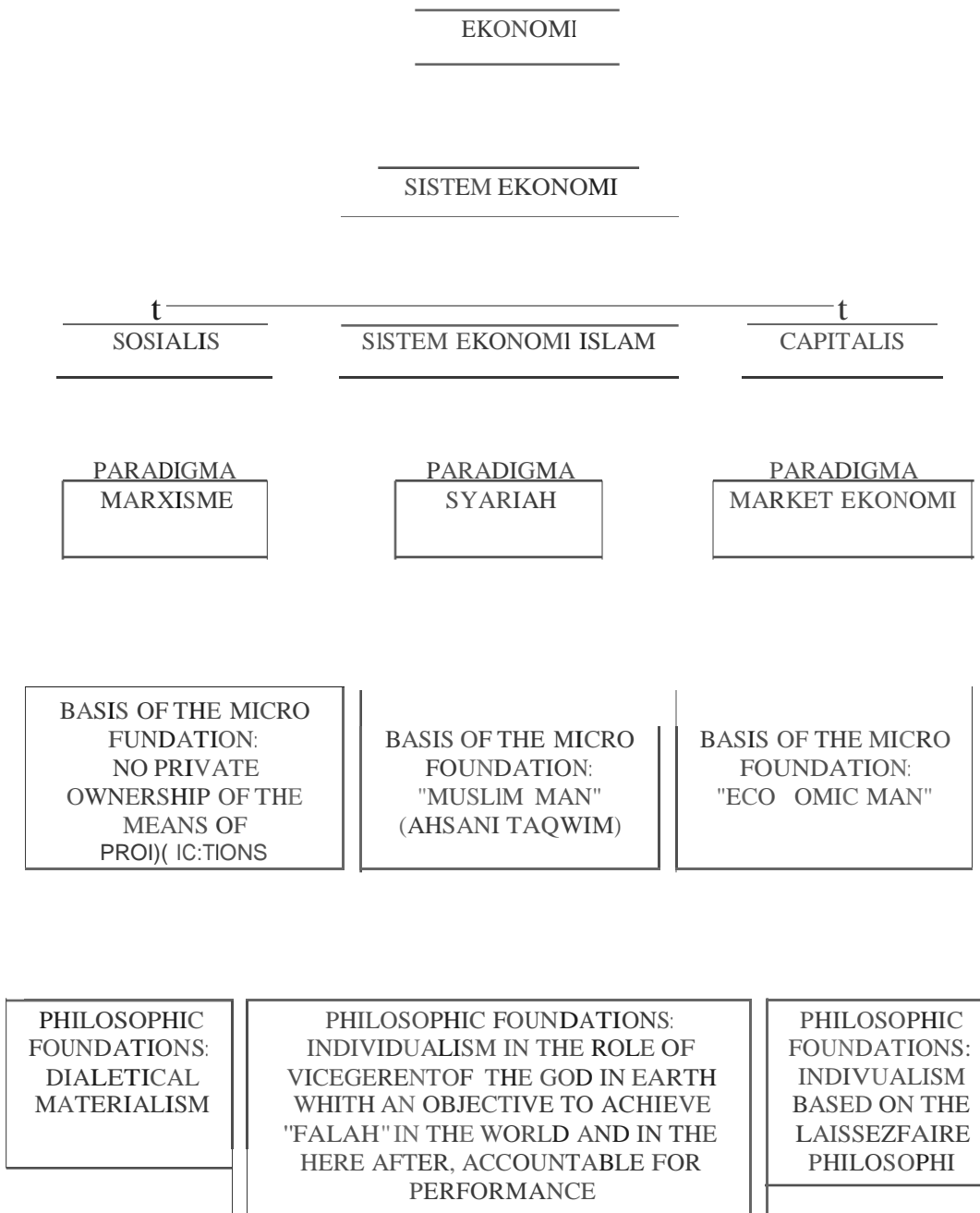
strategi pengembangan Islam. Ekonomi Islam sebagai sebuah sistem memiliki dua paradigma, yaitu:

1. Paradigma umum, yaitu Akidah Islamiyah yang menjadi landasan pemikiran (*at-qa'idah fikriyah*) bagi segala pemikiran Islam, seperti sistem ekonomi Islam, sistem politik Islam, sistem pendidikan Islam, dan sebagainya. Akidah Islamiyah di sini dipahami bukan sekedar sebagai *Aqidah Ruhiah* (akidah spiritual), yakni akidah yang menjadi landasan aktivitas-aktivitas spiritual murni seperti ibadah, namun juga sebagai *Aqidah Siyasiyah* (akidah politis), yakni akidah yang menjadi landasan untuk mengelola segala aspek kehidupan manusia tanpa kecuali termasuk ekonomi.
2. Paradigma khusus (cabang), yaitu sejumlah kaidah umum dan mendasar dalam syariah Islam yang lahir dari akidah Islam, yang secara khusus menjadi landasan bangunan sistem ekonomi Islam. Paradigma khusus ini terdiri dari tiga asas (pilar), yaitu:
 - a. Kepemilikan (*al-milkiyah*) sesuai syariah
 - b. Pemanfaatan kepemilikan (*tasharruf Ji al-milkiyah*) sesuai syariah.
 - c. Distribusi kekayaan kepada masyarakat (*ttauzi' al-tsarwah baina al-nas*), melalui mekanisme syariah.

Paradigma ekonomi Islam tersebut berbeda dengan paradigma ekonomi kapitalisme dan sosialisme. Akidah Islamiyah sebagai paradigma umum ekonomi Islam menerangkan bahwa Islam adalah agama dan sekaligus ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi (QS. al-Ma'idah [5]: 3; QS. an-Nahl [16]: 89).

Sistem Ekonomi Islam - dipandang dari sudut pandang keilmuan - dapat disejajarkan dengan kapitalisme atau sosialisme sebagai sebuah sistem. Hal ini didasarkan pada argumentasi, bahwa sistem ekonomi Islam dapat memenuhi semua persyaratan yang dituntut agar esuatu sah diklasifikasikan sebagai sebuah sistem. Perbandingan ketiga sistem ekonomi ini dapat dilihat pada bagan berikut (Muhammad, 2005:38):

Perbandingan Sistem Ekonomi Islam, Sosialis dan Kapitalis



Dari bagan di atas tergambar bahwa sistem ekonomi Islam juga memiliki semua unsur yang dimiliki oleh sistem ekonomi kapitalis dan sosialis, baik paradigma, dasar fondasi mikro maupun landasan filosofis. Oleh sebab itu sistem ekonomi Islam menurut pendekatan keilmuan dapat disejajarkan dengan sistem ekonomi kapitalis dan sosialis. Namun dapat dilihat bahwa sistem ekonomi Islam tidak sama dengan sistem ekonomi kapitalis maupun sosialis, dan juga tidak dapat dikatakan bahwa ekonomi Islam berada diantara kedua sistem tersebut.

Ekonomi Islam memiliki perbedaan yang sangat mendasar dalam hal paradigma, dasar fondasi mikro, maupun landasan filosofis yang berimplikasi terjadinya perbedaan-perbedaan pada tataran yang lebih rendah. Misalnya, dalam mengkonsumsi suatu produk, sistem ekonomi Islam berbeda dengan sistem ekonomi kapitalisme yang membolehkan mengkonsumsi apa saja, sejauh hal tersebut dapat mendatangkan kesenangan dan kepuasan, sedangkan sistem ekonomi Islam memiliki ketentuan yang mengatur bahwa tidak boleh mengkonsumsi barang haram, mendatangkan mudharat dan tidak boleh mubadzir. Begitu juga dalam hal kekuasaan negara, sistem ekonomi Islam berbeda dengan sosialisme yang mengatur bahwa negara memiliki kekuasaan tertinggi dan sangat menentukan, sedangkan sistem ekonomi Islam menjunjung tinggi kebebasan individu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam Islam pemenuhan kebutuhan materil dan spiritual benar-benar dijaga keseimbangannya, dan pengaturan oleh negara, meskipun ada, tidak akan bersifat otoriter.

State intervention, directed primarily at reconciling the possible social conflict between man's ethical and economic behaviors cannot lead the

society onto "road to serfdom" but will guide it gently along the road to human freedom and dignity (Naqvi,1951: 81)

G. TEORIEKONOMI MIKROISLAM

Naqvi (1985) mengungkapkan bahwa Islam tidak pernah bertentangan dengan esensi manusia sebagai makhluk yang memiliki kebebasan. Manusia diberi kebebasan untuk melakukan kegiatan guna mendapatkan kebutuhannya secara optimal. Dalam kebebasannya untuk memenuhi kebutuhan, manusia berhadapan dengan manusia lain yang juga memiliki derajat kebebasan yang sama dalam memenuhi kebutuhan. Bila antara manusia melanggar batas kebebasan kebutuhan antara sesama maka akan terjadi konflik. Konflik akan merugikan bagi manusia, bila hal ini terjadi maka manusia akan kehilangan peluang untuk mendapatkan kebutuhan yang diharapkannya. Oleh karenanya manusia berusaha menjauhi konflik melalui cara-cara tertentu sebagai usaha untuk menghindari kerugian seminimal mungkin dan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dalam mengekspresikan kebebasannya. Cara-cara tersebut relatif konsistensi dari waktu ke waktu sehingga menimbulkan penandaan bagi manusia untuk memformulasikan dalam bentuk teori-teori, maka berkembanglah teori konsumsi, teori produksi dan teori lainnya.

Ekonomi mikro adalah salah satu cabang dari teori ekonomi yang menitik beratkan bahasannya dengan masalah-masalah dalam lingkup kecil atau mikro. Ekonomi mikro dapat diartikan sebagai ilmu ekonomi yang mempelajari atau menitikberatkan pada perilaku dan aktifitas masing-masing unit ekonominya yaitu individu, rumah tangga, dan perusahaan. Ekonomi mikro menganalisa dan memberikan prediksi bagaimana masing-masing unit saling berinteraksi dalam kegiatan ekonominya. Oleh karena itu,

teori ekonomi mikro dikenal pula dengan *price theory* (teori tentang terbentuknya harga).

Ekonomi mikro Islam adalah studi tentang perilaku ekonomi pada lingkup individu dalam aspek: permintaan, penawaran, perilaku konsumen, perilaku produsen, mekanisme pasar, yang dijalankan sesuai dengan ketentuan Islam. Bagaimana hubungan antara konsumen dan produsen serta perilaku masing-masing dalam menentukan permintaan dan penawaran dipasar yang akhirnya membentuk harga, baik barang maupun jasa.

1. Konsep sukses dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai-nilai moral: Manakala perilaku seseorang selalu dikaitkan dengan standar nilai yang baku sernakin tinggi kualitas kebaikan (akhlak) nya sernakin sukses orang tersebut.
2. Skala waktu bagi seorang muslim adalah kehidupan *di* dunia sampai akhirat. Keimanan akan kehidupan akhirat (wafil akhirati hasanah) menjadi pengendali dalam setiap perilakunya. Aspek ini berdampak pada perilaku (akhlak) konsumsi sebagai berikut.
 - a. Hasil dari pilihan tindakan yang dilakukan terdiri atas dampak langsung di dunia (*Man amila amalan shaalihan min dzakar in au unsaa wahuwa mukmin. fa ajruhu ala laahi*) dan dampaknya nanti di akhirat. Sehingga kepuasan (Utilitas) yang diturunkan dari pilihan tersebut merupakan total nilai sekarang (present value) dari kedua dampak tersebut.
 - b. Alternatif penggunaan pendapatan (dari hasil usahanya dengan jalan halal) akan bertambah dengan memasukkannya manfaat yang diperoleh di akhirat kelak (*Fain khairan. fa khairan wa in syarran fa syarran*= apabila didapat dengan cara yang baik pahala di akhirat kelak tapi apabila yang didapat dengan jalan buruk (menipu) maka ganjaran siksaan yang pedih). Sehingga pendapatan yang diperoleh disamping untuk kebutuhan konsumsi yang disisihkan untuk membayar kewajiban zakat, infak dan sadaqah. Seperti disebutkan dalam ayat suci alquran <!--[if !supportFootnotes]-->[25]<!--[endi fl--> ;

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ

Artinya .Dinkanlab salat dan bayarlan zakat hartamu.

Dan juga dinyatakan dalam Surat Nya bahwasanya :<!--[if
!supportFootnotes]-->[26]< !--[end if]-->

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا

Artinya: *Ambillah dari harta mereka sedekah (zakat) untuk membersihkan mereka dan menghapuskan kesalahan mereka.* " "

Juga dinyatakan daJam firman-Nya bahwasanya

!supportFootnotes]-->[27]< !--[end iO-->

وَالَّذِينَ هُمْ يُؤْتُونَ يَتَّقُونَ أَهْلَهُمْ وَنِعْمَ الرَّحِيمُونَ

2i;~~YJ~

Artinya: *"Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan salat, dan menunaikan zakat, mereka mendapatkan pahala dari sisi Tuhannya, Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedili hati "*

DaJam hadits riwayat Ahmad dan Muslim dinyatakan :

Dari Abi Hurairah, "Rasulullah Saw, telah berkata, "Seseorang yang menyimpan hartanya, tidak dikeluarkan zakatnya, akan dibakar dalam neraka jahanam, baginya dibuatkan setrika dari api, kemudian disetrika ke lambung dan dahinya, dan seterusnya, '(hadits ini panjang].

(Innama shadaqatu lil fukaraai wal masakin, wab nissabil, sesungguhnya zakat itu untuk: orang-orang fakir dan orang-orang miskin) .

3. Konsep kekayaan (*al-Ghany*) dalam Islam merupakan karunia dan pemberian dari Allah. Manusia sifatnya hanya memiliki "hak guna" amanat, atas kekayaan yang dimilikinya. Karena pemilik yang sebenarnya adalah Allah SWT. Implikasi yang ditimbulkan dari pandangan ini adalah dalam penggunaan semua bentuk kekayaan manusia selalu melakukan evaluasi apakah tindakannya sudah benar dengan syariat Islam atau belum. Perlu diingatkan pula bahwa harta (*kekayaan*) yang dimiliki tersebut adalah sebagai hiasan kehidupan manusia di dunia, seperti dinyatakan dalam firman Allah SWT.

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَطَّرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُنَوَّمَةِ
وَالْأَنْعَامِ وَالْخَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمُنَاقِبِ

Artinya : Dan, diadikannya indan bagi manusia mencintai bermacam-macam yang diinginkan, (diantaranya) kepada perempuan-perempuan, anakanak, harta yang berlimpahi dari jenis emas, perak, kuda yang bagus, binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan pada sisi Allah adalah sebaik-baik tempat kembali.

4. Dalam pandangan Islam mengenai barang terutama barang konsumsi adalah semua barang (*al-Maal*) yang dikaitkan dengan aspek nilai moral. Jadi barang dalam perspektif adalah semua bentuk materi yang dapat membawa manfaat, menguntungkan dan dapat dikonsumsi sedemikian rupa sehingga membawa kesejahteraan bagi konsumsi baik secara material,

moral maupun spiritual. Barang yang tidak membawa pada kebaikan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat bukan merupakan barang dan tidak dapat dianggap sebagai bentuk kekayaan seperti barang haram, barang hasil KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme) narkotika. Barang yang kita miliki ini bisa menjadi sumber bencana/fitnah bagi dirinya dan bagi masyarakat pada umumnya sebagai mana pernyataan Allah dalam firmanNya.

Artinya: *Hanya sesungguhnya harta-harta kamu dan anak-anak kamu adalah cobaan. Dan di sisi Allah pahala yang besar.*

5. Aspek etika (*akhlak al karimah*) dalam konsumsi menurut Islam, selalu dianjurkan untuk selalu berakhlak mulia sebagai mana terangkum dalam hadits Nabi Saw yang berbunyi :

Innamal ummamu akhlaqu ba bakiat wain humu dzahabat akhlakuhu dahabuu: Sesungguhnya suatu kaum itu akan tetap jaya di kehidupan dunia bila tetap berakhlak yang mulia).

Dalam hal konsumsi Islam ini terangkum dalam beberapa hal yaitu: Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhkan sifat kikir, 2. Mengajarkan bersikap sederhana, yang mengandung lima dimensi yaitu keadilan, mencari rezki secara halal, kebersihan, kemurahan hati dan moralitas

Fase Pertama (450/1058 M)

Fase pertama merupakan fase abad awal sampai abad ke-5 Hijriyah atau abad ke-11 masehi yang dikenal dengan Fase Dasar-dasar Ekonomi Islam yang Dirintis oleh para Fuqoha diikuti oleh Sufi kemudian Filosof.

Fokus fiqh adalah apa yang diturunkan oleh syariah dan dalam konteks ini para fuqoha mendiskusikan tentang fenomena ekonomi. Tujuan mereka tidak terbatas pada penggambaran dan penjelasan fenomena ini namun demikian dengan mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi mereka mengeksplorasi konsep masalah (Utility) dan Mafsadah (Disutility) yang terkait dengan aktivitas ekonomi. Pernikiran yang timbul terfokus kepada apa manfaat sesuatu yang dianjurkan dan apa kerugian bila melaksanakan yang dilarang oleh agama. Pemaparan para fuqoha tersebut mayoritas bersifat normatif dengan wawasan positif ketika berbicara tentang *prilaku yang adil, kebijakan yang baik, dan batasan-batasan yang dibolehkan dengan masalah dunia* yang terkait dengan aktivitas ekonomi. Pernikiran yang timbul terfokus kepada apa manfaat sesuatu yang dianjurkan dan apa kerugian bila melaksanakan yang dilarang oleh agama. Pemaparan para fuqoha tersebut mayoritas bersifat normatif dengan wawasan positif ketika berbicara tentang *prilaku yang adil, kebijakan yang baik, dan batasan-batasan yang dibolehkan dengan masalah dunia*

Sedangkan kontribusi tasawuf terhadap pemikiran ekonominya adalah pada keajengannya dalam mendorong kemitraan yang saling menguntungkan tidak rakus dalam memanfaatkan kesempatan yang diberikan Allah Swt. dan secara tetap menolak penempatan tuntutan kekayaan dunia yang terlalu tinggi

Sementara filosof muslim dengan tetap berdasarkan syariah dalam keseluruhan pemikirannya. Tokoh-tokoh pemikiran ekonomi Islam

!supportFootnotes-->(16)<!--[endiO--> pada fase pertama ini adalah. Diwakili oleh Zaid bin Ali (80 H/738 M), Abu Hanifah (150 H/767 M), Ubaid bi Sallam (224 H/838 M), Ibnu Maskawih (421 H/1030 M) kemudian Al-Mawardi (450 H/1058 M). dan Abu Yusuf (182 H/98 M).

Ide-ide pemikiran yang pernah diciptakan fuqoha dan berdampak pemikiran yang positif antara Jain:

Abu Yusuf<!--[if !supportFootnotes-->(17)<!--[endiO--> (798 M) adalah ekonom pertama yang menulis secara khusus tentang kebijakan ekonorni dan kitabnya AI-Kharaz yang menjelaskan tentang kewajiban ekonorni pemerintah untuk memenuhi kebutuhan rakyat nya. Menyarankan adanya zakat pertanian dan menentang adanya pajak, bagaimana membiayai jembatan, bendungan, dan irigasi.

Fase KeDua (1058 M-1446 M)

Fase kedua dimulai pada abad ke-11 sampai pada abad ke-15 masehi dikenal sebagai fase yang cemerlang karena meninggalkan warisan intelektual yang sangat kaya. Para cendikiawan muslim dimasa lampau mampu menyusun konsep tentang bagaimana umat melaksanakan kegiatan ekonomi yang seharusnya berlandaskan AI-Qur'an dan Hadist Nabi. Pada saat yang bersamaan sisi lain mereka menghadapi realitas politik yang ditandai oleh dua hal<!--(if !supportfootnotes-->(18)<!--[endiO-->:

- Disintegrasi pusat kekuasaan Bani Abbassiyah dan terbaginya kerajaan kedalam beberapa kekuatan regional yang mayoritas didasarkan pada kekuatan (power) ketimbang kehendak rakyat.
- Merebaknya korupsi dikalangan para penguasa diiringi dengan dekadensi moral dikalangan masyarakat yang mengakibatkan

terjadinya ketimpangan yang semakin melebar antara si kaya dan si miskin.

Pada masa ini wilayah kekuasaan islam yang terbentang dari Maroko sampai Spanyol Barat hingga India di Timur telah melahirkan berbagai pusat kegiatan intelektual.

Tokoh-tokoh pemikir ekonomi islam<!--[if !supportFootnotes]>(19)<!--[endif]> pada fase ini diwakilkan oleh:

AJ-Ghazali (w. 505 H/1111 M), Ibnu Taymiyah (w. 728/1328 M), Al-Syatibi (w. 790 H/1388 M), Ibnu Khaldun (beliau dapat dianggap sebagai pelopor perdagangan fisiokrat dan penulis klasik seperti misalnya, Adam Smith, dan penulis Neo klasik lainnya seperti Keynes), dan Al-Maqirizi (845 H/1441 M).

Ide-idenya Al-Ghazali <!--[if !supportFootnotes]> menjelaskan fungsi-fungsi uang dalam perekonomian jauh sebelum lahirnya Adam Smith 700 tahun sebelum bapak ekonomi konvensional menulis bukunya *The Wealth of Nation*<!--[if !supportFootnotes]>[21]<!--[endif]>.

Fase Ketiga 1446 M-1932 M

Fase ketiga yang dimulai pada tahun 1446 hingga 1932 Masehi merupakan fase tertutupnya ointu ijtihad (Independent Judgement) yang mengakibatkan fase ini dikenal dengan *Fase STAGNAS*<!--[if !supportFootnotes]>[22]<!--[endif]>.

Pada fase ini para fuqoha hanya menulis catatan-catatan para pendahulu nya dan mengeluarkan fatwa-fatwa yang sesuai dengan aturan standar bagi

maing-masing mazhab. Namun dernikian, terdapat sebuah gerakan pembaru selama dua abad terakhir yang menyeru untuk kembali kepada ajaran Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad Saw sebagai sumber pedoman hidup.

Tokoh-tokoh Pemikir Ekonomi Islam<!--[if !supportFootnotes]>[23]<!--[endif]--> pada fase ini adalah:

Shah Wali Allah (w. 1176 H/1762 M), Jamaluddin Al-Afgani (w. 1315 H/1897 M), Muhammad Abduh (w. 1320 H/1905 M), dan Muhammad Iqbal (w. 1357 H/1938 M).

Fase Ekonomi Islam Kontemporer

Sejak Negar-negara muslim secara fisik berhasil rnernebebaskan dirinya dari penjajahan dan kolonialisme barat pada pertengahan abad ke-20. Mereka segera memasuki dunia baru dengan persoalan pembangunan dan perekonomian yang rumit.

Pada saat yang sama ekonorni islam dan keuangan islam mulai memperlihatkan sosoknya sebagai suatu alternatif baru yang diambil dari sari pati ajaran islam. Pada Dasawarsa 1970-an dan 1980-an dimulai dari kajian-kajian tentang ekonomi dan keuangan Islam di Timur Tengah serta Negara Muslim lainnya. Buah dari kajian tersebut adalah didirikannya Islamic Development Bank di Jeddah tahun 1975 yang diikuti pendirian bank-bank islam lainnya<!--[if !supportFootnotes]>[24]<!--[endif]-->.

Salah satu ciri yang paling dominan pada masa abad ini adalah pertikaian dan persaingan yang diada henti antara Kapitalisme dan Komunisme<!--[if !supportFootnotes]>[25]<!--[endif]-->. Masing-masing dari kedua doktrin tersebut melakukan yang terbaik untuk menjadikan visi kehidupan

sosioekonomi nya berlaku, dan kalau bisa menguasai dunia secara keseluruhan.

Disebabkan keunggulan dua Idiology ini dalam rentang waktu yang cukup panjang, Mayoritas umat manusia dalam kurun waktu itu sampai percaya bahwa mereka tidak mempunyai pilihan lain kecuali harus memiliki salah satu diantara keduanya.

Dalam belahan pertama abad ini kita telah menyaksikan sebagian kaum muslimin kehilangan daya nya karena menderita dibawah kekuasaan asing. Suara yang paling lantang ketika itu berasal dari anak Asia Selatan yaitu suara **Muhammad Iqbal (1939 M)**.

BAB II HAK MILIK (DAN KEPEMILIKAN)

A. PENDAHULUAN

Sistem ekonomi Islam (*an-nizham al-iqtishadi fi al-Islam*) mencakup tiga asas dasar, yaitu konsep kepemilikan (*al-milkiyah*), pemanfaatan kepemilikan (*tasharruf Ji al-milkiyah*), dan distribusi kekayaan kepada masyarakat (*lauzi' al-tsarwah baina al-nasy*). Oleh karena itu konsep tentang hak milik memiliki implikasi yang mendasar bagi keseluruhan sistem ekonomi. Konsep ini akan menjadi dasar tentang apa, bagaimana, dan mengapa mengelola, serta untuk siapa seluruh sumber daya ekonomi di muka bumi ini.

Pandangan ekstrim kapitalis dan sosialis tentang hak milik ternyata menimbulkan implikasi yang serius terhadap perekonomian. Pemilikan tanah misalnya, dalam pandangan kapitalisme tanah merupakan hak milik mutlak, sementara dalam pandangan sosialis tanah hanya dimiliki negara, sementara Islam memandang tanah sebagai milik mutlak Allah. Pemanfaatan atas tanah dalam Islam bukan pada kemampuan seseorang untuk menguasainya tetapi atas dasar pemanfaatannya. Sehingga fungsi tanah dalam Islam adalah sebagai hak pengelolaan bukan pada penguasaan.

Bagaimana perbedaan konsep hak milik antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam, bagaimana Islam mengatur kepemilikan individu dan kepemilikan masyarakat serta memediasi antara kedua kepemilikan tersebut?

B. KONSEP HAK MILIK DALAM EKONOMI KONVENSIONAL DAN EKONOMI ISLAM

Kepemilikan merupakan hak khusus seseorang pada suatu benda (sehingga pihak lain terhalang untuk ikut memanfaatkannya) dan pemilik disahkan menggunakan hak miliknya sejauh tidak melanggar ketentuan syariah. (an-Nabahan, 2002: 42). Kepemilikan yang sah menurut Islam adalah kepemilikan yang terlahir dari proses yang disahkan Islam.

Konsepsi tentang hak milik merupakan fondasi yang penting dalam sistem ekonomi. Ekonomi konvensional memiliki pandangan bahwa manusia adalah pemilik mutlak seluruh sumber daya ekonomi, sehingga manusia bebas memanfaatkannya sesuai dengan keinginannya. Manusia dapat mengeksploitasi semua sumber daya ekonomi yang dipandang akan memberikan kesejahteraan yang optimal baginya, dalam jumlah berapa saja dan dengan cara apa saja. Meskipun demikian, terdapat perbedaan tajam antara kapitalisme dan sosialisme dalam hal apakah hak milik ini lebih bersifat individual atau kolektif.

Kedua sistem ini memiliki pandangan yang ekstrim tentang hak milik. Kapitalisme sangat menjunjung tinggi hak-hak milik individu terhadap sumber daya ekonomi, bahkan walaupun hak individu ini dalam keadaan bertentangan dengan hak sosial. Dalam kapitalisme individu berada di atas masyarakat. Sebaliknya sosialisme mengutamakan hak kepemilikan sosial dan justru meniadakan hak milik individu. Dalam sosialisme sumber daya ekonomi adalah milik kolektif masyarakat atau negara, sehingga individu-individu tidak berhak untuk memilikinya. Jadi masyarakat atau negara berada di atas individu (Lihat: Hendrie Anto, 2003: 95-96).

Konsep hak milik sebagaimana dalam ekonomi konvensional tentu saja memiliki implikasi yang serius terhadap perekonomian, ia telah menimbulkan permasalahan yang rumit bagi masyarakat. Penguasaan hak-hak individu dalam kapitalisme seringkali memunculkan konflik kepentingan antar masyarakat. Dalam

konflik seperti ini biasanya masyarakat miskin akan dikalahkan oleh kelompok kaya yang menguasai sumber daya ekonomi lebih banyak. Tujuan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat seringkali dikorbankan atau terkorbankan oleh kepentingan-kepentingan individu. Pengutamaan hak-hak individu sangat berpotensi untuk menimbulkan masalah ketidakadilan dan ketidakmerataan dalam distribusi kekayaan dan pendapatan.

Disisi lain, penghapusan hak-hak individu secara ekstrim dalam sosialisme jelas bertentangan dengan fitrah dasar manusia. Masyarakat kurang termotivasi untuk beraktifitas, sebab seluruh tujuan dan kinerja ekonomi biasanya akan dikalahkan oleh tujuan yang lebih bersifat sosial. Tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat seringkali dilakukan dengan mengabaikan pertimbangan individu-individu, yang sesungguhnya merupakan elemen dari masyarakat itu sendiri. Dalam prakteknya, penggunaan otoritas negara dalam sosialisme seringkali juga dirunggangi oleh kepentingan-kepentingan ekonomi, seperti politik pemerintah yang sedang berkuasa. Pengutamaan hak-hak sosial dengan mengabaikan hak-hak individu memang berpotensi untuk memperbaiki distribusi pendapatan dan kekayaan, tetapi juga menimbulkan rasa ketidakadilan dan cenderung mengabaikan efisiensi ekonomi.

Berbeda dengan kedua konsep di atas (kapitalisme dan sosialisme), Islam memiliki konsep tersendiri dalam hak milik. Meskipun pandangan Islam seolah berada pada pertengahan pandangan kapitalisme dan sosialisme, tetapi ia merupakan konsep yang orisinal. Konsep hak milik ini didasarkan atas sumber utama agama Islam, yaitu al-Qur'an dan Hadits.

Berkaitan dengan kepemilikan ini, al-Qur'an menggunakan dua istilah, yaitu *al-milk* dan *al-kasb* untuk menunjukkan kepemilikan manusia (QS. Al-Lahb:2). Al-Kailani (1995; 196) menjelaskan bahwa kepemilikan dalam Islam berarti kepemilikan harta yang didasarkan pada agama dimana kepemilikan ini tidak memberikan hak mutlak kepada pemiliknya untuk mempergunakan semaunya melainkan harus sesuai dengan aturan-aturan karena kepemilikan harta

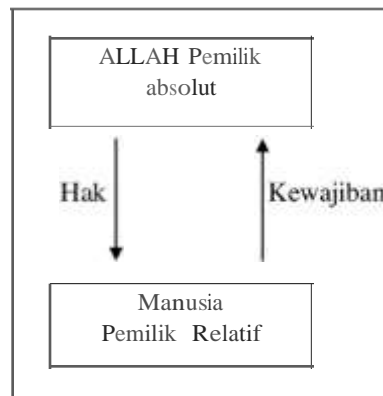
pada prinsipnya hanya bersifat sementara, tidak abadi, dan hanya berupa pinjaman yang sifatnya terbatas dari Allah. Lubis (1994: 261) berpendapat bahwa hak milik merupakan hak untuk bebas berbuat dan mempergunakan serta mengambil manfaat dari suatu benda. Hak milik ini dapat bersifat penuh (*tam*) atau terbatas (*naqis*). Sementara An Nabhani (2002: 127) mendefinisikan kepemilikan sebagai hukum syara' (syariat Islam) yang berlaku bagi zat, benda atau kegunaan tertentu, yang memungkinkan siapa saja yang mendapatkannya untuk memanfaatkan barang tersebut, serta memperoleh kompensasi –baik karena barangnya diambil kegunaannya oleh orang lain, seperti disewa, maupun karena dikonsumsi untuk dihabiskan zatnya, seperti dibeli- dari barang tersebut. Selanjutnya An- abhani menjelaskan bahwa mengelola dan memanfaatkan suatu benda merupakan makna yang dimaksud dari adanya pemilikan atas benda tersebut atau itulah yang merupakan akibat dari adanya pemilikan.

Dalam Islam, kepemilikan (*al milkyyah*) merupakan *idzn asy Syari'* untuk pemanfaatan zat tertentu (*idznu as syari' bi/ intifa'i bi/ 'ayn*). Ini berarti, kepemilikan adalah hukum syara' dalam hal perolehan dan pemanfaatan kekayaan. Jelas bahwa asas kepemilikan adalah adanya izin Allah bagi manusia untuk memiliki benda dan karenanya dia berhak memanfaatkan benda tersebut. Jadi, kepemilikan dalam sudut pandang Islam didasari oleh adanya izin Allah, bukan manfaat yang bisa diberikan oleh benda. Ketika izin Allah ada, barulah manusia bisa memanfaatkan benda tersebut. Allah memberikan izin untuk memiliki beberapa zat dan melarang manusia untuk memiliki beberapa zat yang lain. Selain itu, Allah mengizinkan sebagian transaksi dan melarang sebagian transaksi lainnya. Allah membolehkan manusia memiliki roti dan melarang kepemilikan minuman keras. Allah mengizinkan manusia melakukan jual-beli dan melarang aktivitas riba.

Allah adalah pencipta, pemilik mutlak, dan penguasa alam semesta, segala sesuatunya adalah milik-Nya (QS. al-A'raf [7]: 128). Allah menyerahkan otoritas dan kekuasaan kepada manusia untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk waktu tertentu. Penyerahan otoritas dan

kekuasaan ini disebut *istikhlaf* (penunjukan sebagai khalifah) (QS. al-An'am [6]: 165) (SM. Yusuf, 1988: 18). Kepemilikan manusia lahir lebih karena statusnya sebagai khalifah ini, sebuah status yang diberikan Allah bersamaan dengan lahirnya manusia yang harus *di-rasarruf-kan* sesuai dengan aturan Allah. Karena itu kepemilikan dalam Islam bukan bersifat absolut, tanpa kendali dan bebas aturan. Secara umum dapat dikatakan bahwa Islam memberikan kedudukan proporsional antara hak milik individu, hak milik kolektif dan hak milik negara. Meskipun hak milik ini sangat dilindungi, tetapi ketiganya bukan hak milik yang bersifat mutlak. Hak milik dapat berubah atau diubah sesuai dengan tingkat kepentingan dan urgensinya, tentunya melalui cara-cara yang dibenarkan oleh syariah.

KONSEP HAK MILIK DALAM ISLAM



Allah adalah pemilik absolut, dan manusia adalah pemilik relatif. Kepemilikan merupakan bagian dari fitrah penciptaan manusia, dimana manusia diberi hak kepemilikan sesuai dengan kehendak-Nya, maka sudah menjadi keharusan pula untuk mampu menanggung jawabkannya di akhirat nanti. Di samping itu, segala hal tentang kepemilikan manusia terikat dengan ketentuan Allah yang disampaikan dalam syariat Islam.

Secara garis besar, prinsip-prinsip dasar hak milik dalam pandangan Islam yaitu (Hendrie Anto, 2003: 96-98):

1. Pemilik mutlak (*the absolute owner*) alam semesta ini, termasuk sumber daya ekonomi, adalah Allah swt. Karenanya pemanfaatan dan pengelolaan alam semesta tentu saja harus tunduk dengan ketentuan yang digariskan oleh Allah swt
2. Manusia diberikan hak milik terbatas (*limited ownership*) oleh Allah swt atas sumber daya ekonomi, dimana batasan kepemilikan dan cara pemanfaatannya telah ditentukan-Nya. Jadi manusia hanyalah mewarisi hak milik yang diberikan Allah (QS. 33: 27). Hal ini mengandung konsekuensi bahwa: (1) hak milik tidak merupakan sesuatu yang permanen, dalam arti berlaku selamanya secara mutlak. Ia dapat berubah sesuai dengan ketentuan perubahan yang diatur dalam agama Islam; (2) disamping ada hak milik terdapat pula kewajiban-kewajiban yang harus ditunaikan. Hak dan kewajiban merupakan sebuah pasangan yang logis, sehingga keduanya harus ditunaikan. Bahkan datangnya kewajiban ini mendahului datangnya hak.
3. Pada dasarnya Allah menciptakan alam semesta bukan untuk diri-Nya sendiri, melainkan untuk kepentingan sarana hidup (wasilah al-hayah) bagi makhluk (alam semesta dan isinya) agar tercapai kemakmuran dan kesejahteraan (QS. 31: 20).
4. Status hak milik terbatas dari manusia ini antara lain adalah:
 - a. Merupakan amanah atau titipan (*trust*) dari Allah swt. Manusia adalah khalifah (*agent*) Allah di muka bumi yang tentu saja terikat dengan ketenruan kekhalifahan [*agentship*] yang dibebankan kepadanya. Jadi, sumber daya alam yang dimiliki oleh manusia merupakan amanah yang harus ditunaikan secara benar dan baik, menurut pemberi amanahnya (Allah swt)
 - b. Merupakan perhiasan dan kenikmatan hidup yang dapat dinikmati secara wajar dan baik. Manusia memiliki kecenderungan yang kuat untuk

- memiliki, menguasai dan menikmati sumber daya ekonomi, sehingga oleh Allah diperkenankan untuk menikmati secara wajar (QS.7: 32).
- c. Merupakan ujian keimanan, terutama berkaitan dengan cara memperoleh dan memanfaatkan sumber daya ekonominya ini (QS.18: 7). Siapa yang paling baik amalnya, yaitu yang dapat memperoleh dan memanfaatkan harta dengan baik, akan mendapat pahala dari Allah swt, dan begitu juga sebaliknya.
 - d. Merupakan bekal beribadah kepada Allah swt, yaitu menjalankan perintah-Nya dalam melaksanakan *muamalah* diantara sesama manusia, melalui kegiatan zakat, infak dan sedekah. Disamping itu, beberapa ibadah agama Islam dapat dilaksanakan hanya jika terdapat (salah satunya) harta yang mencukupi, seperti ibadah haji ke tanah suci Makkah.
5. Manusia harus mempertanggungjawabkan penggunaan hak milik terbatas ini kepada Allah swt kelak di *yaumul qiyamah* (hari kiamat). Adanya mekanisme pertanggungjawaban inilah yang akan menuntut manusia untuk benar-benar serius dalam mengemban amanah yang dipikulnya, sebab ia akan mengandung konsekuensi pahala (*reward*) dan siksa (*punishment*).

**Perbandingan konsep kepemilikan
Kapitalisme, Sosialisme dan Islam**

KAPITALISME	SOSIALISME	ISLAM
Kepemilikan mutlak oleh manusia	Kepemilikan mutlak oleh manusia	Allah swt adalah pemilik mutlak, sementara manusia memiliki hak kepemilikan terbatas
Manusia bebas memanfaatkan	Manusia bebas memanfaatkan	Pemanfaatan oleh manusia mengikuti ketentuan Allah swt
Hak milik individu	Hak milik kolektif/sosial	Hak milik individu dan

dijunjung tinggi	dijunjung tinggi	kollektif diatur oleh agama
Individu bebas memanfaatkan sumber daya ekonomi	Negara yang mengatur pemanfaatan sumber daya ekonomi	Terdapat kewajiban individu-masyarakat-negara secara proporsional
Pertanggungjawaban secara ekonomis-teknis belaka	Pertanggungjawaban secara ekonomis-teknis belaka	Pertanggungjawaban kepada Allah swt diakhirat

C. KLASIFIKASI HAK MILIK DALAM EKONOMI ISLAM

Jika kapitalisme sangat menjunjung tinggi hak milik individu jauh di atas hak milik sosial dan sosialisme sangat menjunjung tinggi hak milik sosial sedemikian rupa sehingga meniadakan hak milik individu, maka Islam memiliki pandangan yang proporsional diantara keduanya. Islam menjunjung tinggi hak-hak individu sebagaimana juga menjunjung tinggi hak-hak sosial. Keduanya memiliki hak dan kewajiban yang sating terkait satu sama lainnya, sehingga terdapat pembatasan-pembatasan diantara keduanya.

Konsep hak milik dalam ajaran Islam berangkat dari pandangan bahwa manusia memiliki kecenderungan dasar (*Jitrah*) untuk memiliki sesuatu harta secara individual tetapi juga membutuhkan pihak lain dalam kehidupan sosialnya. Kecenderungan dasar manusia ini merupakan salah satu bentuk naluri manusia untuk mempertahankan diri (*survival instinct*, sebagaimana pernikahan yang merupakan naluri untuk mempertahankan keturunan (*sexual instincy* maupun ibadah yang merupakan salah satu bentuk penampakan dari naluri beragama (*religious instincy* (An Nabhani, 1996: 73). Jadi terdapat suatu harmoni antara hak-hak individual dengan hak-hak sosial sebagaimana harmoni antara kehidupan seorang individu dengan masyarakatnya.

Dalam Islam, kepemilikan diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu:

- I. Kepemilikan individu (*al milkiyyah al Jardiyyah*), yaitu hukum syara' yang berlaku bagi zat atau pemanfaatan tertentu, yang memungkinkan siapa saja untuk mendapatkannya dan memanfaatkannya, bahkan memperoleh kompensasi ketika zat tersebut ditransaksikan. Islam memberikan batasan-batasan bagi kepemilikan individu sebagai berikut:
 - a. Menentukan cara-cara memperoleh kepemilikan dan cara-cara mengembangkan kepemilikan, bukan dengan membatasi kuantitas kepemilikan.
 - b. Membatasi mekanisme pemanfaatannya.
 - c. Menetapkan tanah kharajiyah sebagai milik negara, bukan sebagai milik individu.
 - d. Mengubah kepemilikan individu menjadi kepemilikan umum ketika terjadi kondisi-kondisi tertentu.
 - e. Memberikan harta kepada orang yang memiliki keterbatasan, sehingga bisa memenuhi kebutuhannya.
2. Kepemilikan umum (*al milkiyyah al 'aamahy*, adalah *izn as syari'* bagi suatu komunitas untuk memanfaatkan suatu zat secara bersama-sama (*idznu as syari' Lil Jama 'ah bi/ isytirak bi/ intifaa 'i bil 'ayn*). Sedangkan benda-benda yang berstatus kepemilikan umum adalah benda-benda yang dinyatakan *as syari'* untuk komunitas, dimana mereka masing-masing membutuhkan benda tersebut dan *as Syari'* melarang benda tersebut dikuasai hanya seseorang saja. Tiga kategori kepemilikan umum adalah:
 - a. Fasilitas umum, yang ketiadaan distribusi fasilitas tersebut di suatu komunitas menyebabkan sengketa dalam mencarinya. Illat berserikatnya manusia (manusia bersama-sama membutuhkan) terhadap suatu benda menjadikan benda tersebut berstatus kepemilikan umum.
 - b. Bahan tambang yang tak terbatas. Illat ketak-terbatasan (berlimpahnya) kuantitas suatu benda menjadikan status benda tersebut sebagai kepemilikan umum.

- c. Benda-benda yang karakteristik pembentukannya menghalangi penguasaan oleh seseorang saja, seperti: jalan, sungai, laut dan sebagainya.
3. Kepemilikan negara (*imilkiyyatu ad dawlah*), setiap benda yang ditetapkan *as syari'* bukan sebagai kepemilikan individu dan bukan sebagai kepemilikan umum, yaitu setiap benda yang pengelolaannya mengikuti pandangan dan ijtihad khalifah (*kullu mulk mushorrofuhu mawqufun 'alaa ro 'yil khalifah wa ijtihaduhu yu 'tabaru mulkan lid dawlahi*, seperti: *fa 'i*, *kharaj*, *jizyah* dan lainnya.

Sakr (1992: 118 - 123) membuat kategori kepemilikan yang sedikit berbeda, yaitu kepemilikan individu (*private ownership*), kepemilikan umum (*public ownership*), kepemilikan negara (*state ownership*), dan waqaf (*voluntary sector*). Sementara AI-Tariqi (2004: 57-126) hanya membagi kepemilikan menjadi dua, yaitu kepemilikan umum dan kepemilikan khusus.

Seluruh hak milik di atas pada dasarnya harus tunduk pada syariat Islam, sehingga harus ditempatkan pada porsi masing-masing dan akan dilakukan dengan beberapa strategi, yaitu (An Nabhani, 1996: 69):

- I. Pengaturan cara-cara memperoleh hak milik yang diperbolehkan oleh syariat Islam, bukan dengan cara perampokan atau perampasan hak milik.
2. Penentuan mekanisme pemanfaatan dan pengelolaan hak milik.
3. Penyerahan tanah (*kharajiyah*) sebagai milik negara bukan milik individu.
4. Penentuan batas kepemilikan, misalnya hak milik individu dapat menjadi hak milik umum dalam situasi tertentu.
5. Pemberian dukungan bagi orang yang memiliki keterbatasan dalam kepemilikan, misalnya orang miskin, sehingga bisa meningkatkan hak miliknya.

D. MEDIASI PROTEKSI KEPEMILIKAN (INDIVIDU DAN MASYARAKAT)

Islam menjaga kepemilikan dari kehilangan dan kerusakan dengan aturan-aturan dan cara-cara yang telah ditetapkan. Masyarakat Islam dikarakterkan dengan tunjukan khusus yang mencerminkan adanya kesempumaan dibandingkan dengan masyarakat lainnya. Oleh karena itu, kehidupan mereka dihubungkan dengan adanya pengakuan kepemilikan.

Hilang atau rusaknya harta akan menimbulkan berbagai akibat seperti kufur nikmat, tidak mau berzakat dan lain-lain. Oleh karena itu, Islam mensyariatkan adanya perlindungan kepemilikan sebagai langkah yang bertujuan agar keberadaan dan eksistensi harta terjaga dengan baik. Pada akhirnya, kebahagiaan individu dan masyarakat juga terjamin. Langkah-langkah itu tercermin dalam beberapa had (At-Tariqi: 126-152):

1. Niat yang baik dalam kepemilikan, adanya rasa syukur bagi orang yang menerima nikmat Allah, mendorong ketakwaan kepada Allah, menumbuhkan pemerataan sosial demi mencari keridhaan Allah, dan jarena ketundukan kepada Allah.

Niat yang dimaksudkan disini adalah kaitan antara rizki dengan pemberi rizki dan munculnya sikap tawakal kepada-Nya untuk mengharapakan pahala. Niat yang baik dalam mencari rizki dan usaha kearah itu mengandung adanya jaminan keselamatan transaksi dari sikap manipulatif, penipuan, kezaliman dan sikap licik. Ini merupakan tuntunan agama yang dikandung, didorong dan dianjurkan oleh nash agama.

2. Mengeluarkan zakat, tidak menimbun harta, dan mengeluarkan nafkah wajib dan yang disunnahkan. Mengeluarkan nafkah wajib dan yang disunnahkan bertujuan untuk menjaga persaudaraan dari jeleknya pernusuhan dan perseteru. Nafkah juga akan mencukupi kebutuhan mereka sebagai bagianantisipasi keinginan orang lain untuk mencurim merampas atau menipunya.

Nafkah juga akan mewujudkan kesamaan taraf hidup dan mengajarkan pelakunya untuk bersifat mulia dan agung

3. Haramnya pelanggaran terhadap harta dengan cara apapun seperti pencurian atau perampasan. Islam memuliakan harta kaum muslimin sebagaimana Islam memuliakan darah dan keturunan mereka. (HR. Bukhari Muslim).

Semua pelanggaran harta seseorang terhadap harta orang lain diharamkan. Islam menetapkan hukuman bagi pemilik harta hasil kejahatan yang dilakukan dengan pelanggaran baik secara tersembunyi maupun terang-terangan. Nash yang ada (al-Qur'an dan sunnah) merupakan mediasi operasional untuk menjaga akepernilikan dari sisi kehalalan dan sisi haram serta pengendalian muslim terhadap keduanya.

4. melaksanakan amanat sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah. Amanat menuntut adanya pengembalian titipan kepada pemiliknya dan juga menuntut tidak adanya manipulasi dalam pekerjaan. Amanat juga melarang seseorang untuk memakan harta manusia dengan cara batil atau korupsi kas negara. Nash telah memerintahkan untuk menjalankan amanat dan melarang untuk memanipulasi dan bersikap khianat (QS an-Nisa': 58, QS. Al-Anfal: 7)
5. Penulisan hutang. Legalisasi akad dan transaksi ekonomi Islam memperhatikan legalisasi akad dengan tulisan dan persaksian, khususnya akad yang memiliki durasi waktu panjang dan bidang garapan yang luas agar setiap hak dapat terjaga dan mampu menjauhkan manusia dari pertengkaran dan penipuan. Legalisasi ini juga ditujukan agar mereka mampu menegakkan keadilan jika terjadi perselisihan yang disebabkan oleh kealpaan atau niat yang buruk. Tulisan dalam akad akan menjaga hilangnya hak dan harta dengan legalisasi dan persaksian (QS 2: 282-283), sehingga legalisasi tidak dapat diremehkan agar kepemilikan tidak hilang atau berkurang.
6. sikap berimbang antara kesenangan dunia tanpa melupakan kehidupan akhirat. Pembelanjaan terarah bagi konsumen muslim akan menjadikan mereka mempunyai pilihan untuk menempatkan diri antara batas kecukupan dan batasan kelebihan. Islam mensyariatkan metode berimbang yang memudahkan

manusia yang memiliki kesamaan fitrah untuk mengikutinya. Islam memisahkan dua model jalan hidup konsumerisme yang saling bertentangan, yaitu bakhil di satu sisi dengan sikap berlebihan dan bermewah-mewahan pada sisi lain (QS. Al-Furqan (25): 67).

Islam melindungi adanya kontradiksi psikologis yang dimiliki manusia berupa kecenderungan sikap konsumersis dan cinta terhadap pahala akhirat. Islam menciptakan keseimbangan antara keduanya dengan kalkulasi konsumsi sebagai bagian dari ibadah dalam arti luas, sepanjang diiringi dengan niat yang baik dan sesuai dengan hukum-hukum syariat. Regulasi yang ada ditujukan untuk menghindarkan sikap yang terlalu memperhatikan dunia, menyibukkan diri didalamnya dan tenggelam dalam kesenangan dunia sehingga membawanya pada jalan untuk memperoleh harta dengan cara tidak benar dan mengabaikan kehidupan akhirat (QS. Al-Qashash: 77). Dengan demikian keseimbangan antara bersenang-senang dengan perangkat dunia dan tidak mengabaikan kepentingan akhirat merupakan salah satu mediasi menjaga kepemilikan harta.

7. larangan bergaya hidup boros demi kebaikan diri sendiri dan orang lain. Larangan itu mencakup dua hal: larangan terhadap manusia atas hak dirinya sendiri seperti larangan bagi anak kecil orang gila dan orang dungu untuk mempergunakan harta yang dimiliki, dan larangan yang berkaitan dengan hak orang lain seperti wasiat yang melebihi sepertiga harta.
8. penyediaan peluang dan lapangan kerja. Untuk menjaga kepemilikan harus disediakan peluang dan lapangan kerja karena manusia terkadang tidak mempunyai kesempatan pada waktu mudanya untuk mempelajari satu profesi yang mampu menopang hidupnya atau sudah memiliki keterampilan tapi tidak mendapatkan pekerjaan atau memiliki suatu keahlian tapi tidak memiliki modal usaha yang cukup. Disinilah peran masyarakat dan negara untuk menyediakan lapangan pekerjaan.
9. pengawasan pemerintah sebagai mediasi untuk menjaga kepemilikan. Melalui perlindungan yang dilakukan akan terjamin keseimbangan dan keteraturan

mekanisme pasar, keseimbangan harga, pemberantasan kecurangan dan tindakan monopoli dan lain-lain.

Sementara itu, Mannan (1993: 65-72) merumuskan delapan karakter syariat yang berkaitan dengan pengaturan hak milik ini, yaitu:

1. Kekayaan harus dimanfaatkan. Islam melarang dengan tegas penimbunan dan pengangguran sumber daya ekonomi, sebab hal ini akan mengganggu proses kegiatan ekonomi sehingga merugikan masyarakat secara keseluruhan. Konsekuensinya, penelantaran sumber daya dapat menyebabkan hilangnya hak milik pribadi.
2. Pembayaran zakat. Sumber daya ekonomi yang telah memenuhi ketentuan tertentu wajib dikeluarkan zakatnya. Bobot perintah zakat seringkali disetarakan dengan perintah shalat, bahkan dalam al Qur'an setidaknya kata zakat terdapat 30 kali berdampingan dengan perintah shalat. Pelanggaran terhadap zakat merupakan pelanggaran berat terhadap ketenaran agama.
3. Penggunaan yang berfaedah. Sumber daya ekonomi harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan material dan sprirual manusia. Sebaliknya sumber daya ekonorni tidak boleh dimanfaatkan hanya untuk sekedar memuaskan hawa nafsu dan kemubadziran yang akan menghasilkan kesengsaraan.
4. Penggunaan yang tidak merugikan. Pemilik mutlak adalah Allah, karenanya semua makhluk pada dasarnya memiliki hak yang sama dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi. Bahkan seseorang diperkenankan untuk melakukan pembelaan diri dan pembalasan yang proporsional terhadap pihak lain mungkin akan merugikan dirinya.
5. Kepemilikan yang sah. Sumber daya ekonomi tidak boleh dimiliki dengan cara-cara yang batil, seperti melalui penipuan, perampokan, monopoli, serta riba.
6. Penggunaan berimbang. Sumber daya ekonomi harus dimanfaatkan secara berimbang, dalam arti tidak berlebihan dan tidak pula kikir. Pemborosan akan banyak menimbulkan dampak kerusakan pada alam dan kekikiran akan

menyebabkan sumber daya ekonomi tertahan dari pemanfaatan yang berfaedah.

7. Pemanfaatan sesuai hak. Sumber daya ekonomi harus dimanfaatkan sesuai dengan hak dari manusia, baik individu maupun masyarakat.
8. Kepentingan Kehidupan. Karena persoalan pengawasan dan pembagian harta tidak timbul setelah kematian pemiliknya, maka kepentingan bagi mereka yang masih hidup harus terjamin dengan baik. Salah satu cara untuk ini adalah melalui pewarisan sesuai dengan syariah.

BAB III KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM ISLAM

A. PENDAHULUAN

Bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah kepada manusia sebagai *khalifah* untuk dimanfaatkan bagi kesejahteraan bersama. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut melalui kegiatan ekonomi khususnya kegiatan konsumsi. Dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia kepada kemaslahatan hidup.

Persoalan konsumsi dan perilaku konsumen dalam kerangka acuan ekonomi Islam didasarkan pada nilai-nilai ideologis Islam. Dalam masalah konsumsi, Islam mengatur mengenai apa yang boleh dikonsumsi (halal) dan apa yang tidak boleh dikonsumsi (haram). Konsumsi yang halal pun bukan berarti tanpa ada aturan dan batasan, karena Islam melihat aktifitas ekonomi adalah salah satu cara untuk meraih pahala *menuju falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat).

Persoalan kebutuhan pokok yang tercermin dalam konsumsi, baik dalam pengertian fikih klasik maupun dalam persepsi ekonomi modern, telah menjadi pembahasan ulama fikih dalam hampir setiap semua karya ilmiah mereka. Hal ini menegaskan bahwa mereka telah lebih dahulu memikirkan persoalan ekonomi dari semua pakar ilmu ekonomi Barat di bidang yang sama. Dengan memasukkan unsur-unsur psikologis, spritual dan intelektual ke dalam komponen penyusunan kebutuhan pokok menunjukkan bahwa penjelasan ulama tersebut lebih detil dari ilmuwan sekarang.

Apa motif seorang muslim melakukan konsumsi, bagaimana parameter kepuasan seorang muslim dalam berkonsumsi, apa prinsip dasar konsumsi dalam Islam, bagaimana menempatkan kebutuhan yang beragam secara proporsional, bagaimana Islam mengatur perilaku konsumen?

B. MOTIF (TUJUAN) BERKONSUMSI DALAM ISLAM

Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *mashlahah* (*public interest or general livelihood*), kebutuhan dan kewajiban. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (atau aktifitas berekonomi pada umumnya) dari seorang individu adalah untuk mempertahankan hidupnya. Pada konteks ini, ekonomi Islam dan ekonomi konvensional sama-sama sejalan dalam satu pemahaman, bahwa kebutuhan untuk mempertahankan hidup menjadi motif umum ekonomi. Namun yang kemudian menjadi pembahasan perilaku ekonomi termasuk aktifitas ekonomi secara keseluruhan, dan sistem serta institusinya adalah segala hal yang berkaitan dengan preferensi dan kemampuan ekonomi serta ideologi yang menjadi pedoman berekonomi (Ali Sakti, 2007: 117).

Menurut al-Ghazali, kesejahteraan (*mashlahah*) dari suatu masyarakat terganung kepada pencarian dan pemeliharaan lima rujukan dasar; (1) agama (*al-dien*), (2) hidup atau jiwa (*nafs*), (3) keluarga atau keturunan (*nasl*), (4) harta atau kekayaan (*maal*), (5) intelektual atau akal (*'aql*). Ia menitik beratkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, kebaikan dunia dan akhirat merupakan tujuan utama kehidupan umat manusia (Al-Ghazali, 1986, 2: 109). Seluruh barang dan jasa yang akan mempertahankan kelirnya unsur pokok di atas disebut *mashlahah* bagi manusia. Pengabaian terhadap kelimanya akan menimbulkan kerusakan di muka bumi dan kerugian di akhirat kelak.

Walaupun keselarasan merupakan tujuan akhir, Al-Ghazali tidak ingin bila pencarian keselarasan ini sampai mengabaikan kewajiban-kewajiban duniawi seseorang. Bahkan pencarian kegiatan-kegiatan ekonomi bukan saja diinginkan, tetapi merupakan sebuah keharusan bila ingin mencapai keselarasan (Al-Ghazali, 1986, 2: 60). Al-Ghazali juga menitik beratkan "jalan tengah" dan "kebenaran" niat seseorang dalam setiap tindakan. Bila niatnya sesuai dengan aturan Allah, maka aktifitas ekonomi yang dilaksanakan akan bernilai ibadah (Al-Ghazali, 1986, 2: 83).

Berbeda dengan perspektif konvensional, aktifitas konsumsi seseorang sangat erat kaitannya dengan pemaksimalan kepuasan (*utility*). Hicks mengemukakan bahwa individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktifitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal dengan menggunakan tingkat pendapatannya (*income* sebagai *budget constraint*) (Ali Sakti, 2007: 118).

Konsep *utility* vs *mashlahah*

Konsep *utility* (kepuasan) yang menjadi tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional ini sangat berbeda dengan konsep *mashlahah* (kemanfaatan/kesejahteraan) yang menjadi tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam. Ekonomi Islam menggambarkan *mashlahah* sebagai pemilikan atau kekuatan dari barang atau jasa yang memelihara prinsip-prinsip dasar dan tujuan hidup manusia di dunia (Al-Syatibi, t.th: 374). Sedangkan ekonomi konvensional menggambarkan *utility* (kepuasan) sebagai kepemilikan barang atau jasa untuk memuaskan keinginan manusia. Setiap orang menentukan kepuasan berdasarkan kriteria mereka sendiri yang cenderung subjektif. Jika segala sesuatu dapat memuaskan keinginannya, maka manusia akan berusaha secara maksimal untuk mengkonsumsi barang-barang atau jasa tersebut (Khan; 1995: 34). Berikut ini beberapa perbedaan mendasar antara keduanya (Hendrie Anto, 2003: 126-128):

1. Konsep *utility* bersifat sangat subjektif karena bertolak dari pemenuhan *wants* yang memang subjektif. Dalam utilitas terdapat kriteria yang subjektif karenanya dapat berbeda antara satu orang dengan orang lain. Sementara itu konsep *mashlahah* relatif lebih objektif karena bertolak dari pemenuhan *needs* yang memang relatif lebih objektif dibandingkan *wants*. Karena *needs* ditentukan berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif maka akan terdapat suatu kriteria yang objektif tentang apakah suatu benda ekonomi memiliki *mashlahah* atau tidak. Sebagai contoh, apakah *khamr* memiliki utilitas? Seorang peminum *khamr* akan menjawab 'ya' karena *khamr* dapat

membuatnya mabuk dan melayang sehingga memberikan kepuasan yang maksimum. Apakah *khamr* memiliki *mashlahah*? Dengan pertimbangan medis dan moralitas maka jawabannya 'tidak', atau setidaknya *mashlahah-nya* lebih kecil dari *mudharat-nyfè*.

2. *Mashlahali* individual akan relatif konsisten dengan *mashlahah* sosial, sementara utilitas individu sangat mungkin berseberangan dengan utilitas sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya yang lebih objektif sehingga lebih mudah untuk diperbandingkan, dianalisis dan disesuaikan antara satu orang dengan orang lain, antara individu dan sosial.
3. Jika *mashlahah* dijadikan tujuan dari seluruh pelaku ekonomi (produsen, konsumen, dan distributor) maka arah pembangunan ekonomi akan menuju pada titik yang sama. Hal ini akan mempercepat dan meningkatkan kualitas pencapaian tujuan pembangunan, yaitu kesejahteraan hidup. Hal ini berbeda dengan utilitas, dimana konsumen mengukurnya dari pemenuhan *wants-nya* sementara produsen dan distributor dari tingkat keuntungan yang diperolehnya, sehingga berbeda rujukan dan arah yang ingin dicapai.
4. *Mashlahali* merupakan konsep yang lebih terukur (*accountable*) dan dapat diperbandingkan (*comparable*) sehingga lebih mudah disusun prioritas dan pentahapan dalam pemenuhannya. Hal ini akan mempermudah perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya tidaklah mudah mengukur tingkat utilitas dan membandingkannya antara satu orang dengan orang lain, meskipun dalam mengkonsumsi benda ekonomi yang sama dalam kualitas maupun kuantitasnya.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa parameter kepuasan berkonsumsi dalam Islam berbeda dengan ekonomi konvensional. Kepuasan dalam Islam bukan hanya terbatas pada benda-benda konkret (materi) semata, tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak, seperti amal shaleh yang dilakukan, atau dengan ungkapan lain, bahwa kepuasan dapat timbul dan dirasakan oleh seorang manusia muslim ketika adanya harapan mendapat kredit poin (pahala) dari Allah melalui amal shaleh tersebut. (Ali Sakti, 2007: 113). Seorang muslim

menjadikan aktifitas konsumsi sebagai alat untuk mencari *mashlahah* dalam rangka memaksimalkan pencapaian kepuasan yang sebenarnya yaitu *fa/ah* (kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan) dunia dan akhirat.

Dengan demikian, formulasi *mashlahah* bagi konsumen mengandung unsur manfaat dan berkah yang bisa dituliskan sebagai berikut (P3EI Uil, 2008: 135):

$$M=F+B \quad \text{dimana} \quad \begin{array}{l} M = \text{mashlahah} \\ F = \text{manfaat} \\ B = \text{berkah} \end{array}$$

Konsep *wants vs needs*

Pemenuhan kebutuhan hidup manusia ini secara kualitas memiliki tahapan-tahapan pemenuhan. Berdasarkan teori Maslow, keperluan hidup itu berawal dari pemenuhan keperluan hidup yang bersifat kebutuhan dasar (*basic needs*), kemudian pemenuhan keperluan hidup yang lebih tinggi kualitasnya seperti kearnanan, kenyamanan, dan aktualisasi. Sementara dalam Islam tahapan pemenuhan keperluan hidup dari seseorang atau individu boleh jadi memang seperti yang digambarkan Maslow, tetapi perlu dijelaskan lebih detil bahwa pemuasan keperluan hidup setelah tahapan pemenuhan kebutuhan dasar, akan dilakukan ketika memang secara kolektif kebutuhan dasar tersebut berada pada posisi aman, artinya masyarakat luas (umat) sudah terpenuhi kebutuhan dasarnya. (Ali Sakti, 2007: 112-113).

Pembahasan pemenuhan keperluan hidup ini berkaitan erat dengan konsep kebutuhana (*needs*) dan keinginan (*wants*) serta konsep *mashlahah* dan *utility* yang secara signifikan akan membedakan corak atau karakteristik aktifitas ekonomi.

Konsep kebutuhan (*needs*) berbeda dengan keinginan (*wants*), karena keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan (*utility*), sedangkan kebutuhan (*needs*) dalam perspektif Islam ditentukan oleh konsep *mashlahah*. Tujuan syariat adalah kesejahteraan manusia (*mashlahah al-'ibady*, oleh karena itu semua barang dan jasa yang memberikan kemaslahatan disebut dengan kebutuhan manusia. (Khan, 1995: 34). Dalam banyak ketenrauan perilaku ekonomi Islam, dominasi motif kebutuhan (*needs*) menjadi nafas dalam perekonomian, bukan keinginan (*wants*). Kebutuhan (*needs*) didefinisikan sebagai segala kebutuhan dasar manusia untuk kehidupannya, sedangkan keinginan (*wants*) didefinisikan sebagai kemauan (*desire*) manusia atas segala hal (Ali Sakti, 2007: 114). Dengan dernikian, kebutuhan (*needs*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*wants*).

Kebutuhan (*needs*) merupakan keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan. Kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara objektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dirunrun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya (Hendrie Anto, 2003; 124).

Memang diakui bahwa perbedaan keinginan dan kebutuhan begitu relatif diantara satu manusia dengan manusia lain. Salah satu faktor yang cukup menentukan dalam membedakan keduanya (*needs* dan *wants*) adalah menilai keduanya menggunakan perspektif kolektifitas. Konsep keperluan dasar dalam Islam ini sifatnya tidak statis, artinya keperluan dasar pelaku konsumsi bersifat dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat, sehingga dapat saja pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang yang dulu dikonsumsi akibat motivasi keinginan, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut telah menjadi kebutuhan. Jadi parameter yang membedakan definisi kebutuhan dan keinginan tergantung pada kondisi perekonomian serta ukuran kemaslahatan (Ali 2007: 115).

C. PRINSIP-PRINSIP KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

Perbedaan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional dalam hal konsumsi terletak pada pendekatan yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak membenarkan kegemaran materialistis semata-mata, Islam datang untuk mengubah gaya hidup (*life style*) yang berlebihan, arogan dan pamer menjadi sebuah gaya hidup yang sederhana, bersahaja dan zuhud. Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluan. Dalam menjelaskan persoalan konsumsi, Mannan (1995: 45-48) mengemukakan lima prinsip yang menjadi pengendali praktek berkonsumsi dalam ekonomi Islam sebagai berikut:

i. Prinsip keadilan

Prinsip ini mengandung arti penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam Q.S, Al-Baqarah , 2: 173 dan Q.S, Al-Maidah, 5: 4 telah dijelaskan tentang makanan dan minuman yang terlarang yaitu darah, bangkai, daging babi dan daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah. Tiga golongan pertama dilarang karena membahayakan tubuh yang tentu juga akan berbahaya untuk jiwa, dan yang terakhir dilarang karena membahayakan spritual seolah sama dengan mempersekutukan Allah. Kelonggaran diberikan bagi orang-orang yang terpaksa dan boleh memakan makanan yang terlarang itu sekedar untuk kebutuhan saat itu saja (darurat),

2. Prinsip kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum dalam kitab suci Al-qur'an maupun sunnah. Dalam berkonsumsi, makanan dan minuman yang dikonsumsi harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga dapat merusak selera. Karena itu tidak semua makanan dan minuman yang diperkenankan boleh dikonsumsi dalam segala keadaan. Dari semua yang diperbolehkan

tersebut, makan dan minumlah dari sumber-sumber yang halal, bersih dan bermanfaat.

3. Prinsip kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman supaya tidak memiliki sikap berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi suatu barang (Q.S, Al-A 'raf, [7]: 31; Al-Maidah, [5]: 87), karena kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada tubuh. Praktek memantangkan atau menolak jenis makanan (halal) tertentu dengan tegas tidak dibolehkan dalam Islam.

4. Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan atau meminum makanan halal yang disediakan Allah karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Allah dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya (Q.S, Al Maidah, [5]: %)

5. Prinsip moralitas

Bukan hanya mengenai makan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spritual. Seorang muslim diajarkan menyebut nama Allah sebelum makan dan minum serta menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan tersebut. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Allah pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya, karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spritual yang berbahagia.

D. HIRARKI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

Dalam pembahasan tentang persoalan konsumsi dan kebutuhan, para ulama senantiasa menyertakan pembahasan tentang tahapan atau tingkatan pemenuhan kebutuhan dan konsumsi. Kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan dalam sebuah hirarki konsumsi yang tripartit, meliputi; kebutuhan (*dharuriyat*), kesenangan (*hajiyyat*), dan kemewahan (*tahsiniyat*).

Kebutuhan (*dharuriyat*) meliputi semua hal yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan kehidupan manusia, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka kehidupan manusia akan terhenti, seperti, makan, minum, tempat tinggal, dan sebagainya. Sementara kesenangan (*hajiyyat*) didefinisikan sebagai komoditi yang penggunaannya menambah efisiensi seseorang dan dapat mengurangi kesusahan. Adapun kemewahan (*rahsiniyat*) cenderung mengarah kepada komoditi serta jasa yang penggunaannya tidak menambah efisiensi seseorang bahkan mungkin menguranginya. Pakaian, perhiasan, mobil dan mebel mahal lainnya, gedung-gedung yang menyerupai istana dan banyaknya tenaga pembantu, merupakan kemewahan bagi kebanyakan orang (Lihat: Khan, 1995: 35, Muhammad Abdul Mannan, 1995: 48).

Pemahaman kebutuhan yang dasar (*al-hawa'ij al-ashliyah*) berkisar antara *dharuriyat* dan *hajiyyat* sesuai dengan barang dan sumber yang ada. Disamping itu, *dharuriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyat* tidak boleh sampai pada barang yang haram, seperti, sutera dan emas pada laki-laki, peralatan dari emas dan perak, *khamr*, daging babi dan sebagainya.

Al-S yatibi (t.th: 16-17) menjelaskan korelasi antara *dharuriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat* ini sebagai berikut:

1. *Maqashid dharuriyat* merupakan dasar bagi *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyat*
2. Kerusakan pada *maqashid dharuriyat* akan membawa kerusakan pula pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyat*.

3. Sebaliknya, kerusakan pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* tidak dapat merusak *maqashid dharuriyyat*.
4. Kerusakan pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* yang bersifat absolut terkadang dapat merusak *maqashid dharuriyyat*,
5. Pemeliharaan *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* diperlukan demi pemeliharaan *maqashid dharuriyyat* secara tepat.

Berbeda dengan hirarki yang sudah umum dikenal dikalangan para ulama seperti yang disebutkan diatas, Muhammad bin al-Hasan al-Syaibani (w. 132H/750M) mengemukakan sistematika lain tentang hirarki dalam konsumsi, meliputi; *al-mutadanni*, *kifayah*, dan *israf* (Ikhwan A Basri, 2006; 47-48).

Al-muiadanni merupakan tingkatan konsumsi yang pertama. Tahapan ini dimulai dengan tingkat konsumsi sama dengan nol, artinya tidak melakukan konsumsi apapun. Dalam kenyataan dilapangan tidak dimungkinkan adanya kelompok masyarakat yang tingkat konsumsinya sama dengan nol, akan tetapi Imam Muhammad mencatat bahwa kelompok *muiaqasyiyah* dari golongan sufi mendukung kecenderungan untuk meninggalkan makan dan minum secara keseluruhan, padahal gaya hidup dengan kecenderungan konsumsi nol haram hukumnya dalam Islam. Diawali dengan konsumsi sama dengan nol, tahapan ini meningkat ke atas mencapai level dimana konsumsi dilakukan hanya sebatas mengganjal perut (*sadd al-ramq*) dengan kadar yang memungkinkan seseorang melangsungkan ibadah. Menurut Imam Muhammad tahapan ini *hukumnyafardhu 'ain* karena dengan memenuhi hak jasmani ini, seseorang dapat melangsungkan ibadah meskipun dalam keadaan lemah. Karena itulah seseorang masih diruntut untuk meningkatkan nutrisinya melebihi kadar *sadd al-ramq*, tapi tahapan ini sudah dipandang sebagai *manduub (sunnah)* oleh Imam Muhammad. Pandangan ini mendapat kritikan dari ulama karena mereka melihat tahapan ini masih dengan tingkat hukum yang sama *yaitufardhu 'ain*.

Tingkatan kedua dalam ketagorisasi Imam Muhammad adalah *kifayah* (kecukupan). Tahapan ini dimulai dari batas teratas tingkatan pertama dan

berakhir pada derajat *sarf*, Imam Muhammad secara tegas menentukan batas bawah dan atas dengan istilah yang diambil dari al-Qur'an yaitu *taqtir* (kikir) dan *sarf* (berlebihan). Keseluruhan wilayah tingkatan kedua ini hukumnya *mubah*, sekalipun demikian, Imam Muhammad cenderung mengutamakan pemenuhan konsumsi pada batas bawah dari tingkatan *kifayah*. Inilah gaya hidup sederhana yang dicontohkan para Nabi dan orang-orang saleh. Dengan pola konsumsi seperti ini dapat dilihat bahwa fungsi konsumsi menurut Imam Muhammad merupakan bagian kecil dari keseluruhan pendapatan (*income*).

Tingkatan konsumsi ketiga menurut Imam Muhammad adalah *israf* (berlebih-lebihan). Tingkatan ini dimulai dari batas atas dari tingkatan kedua, keseluruhan wilayah ini tidak dibolehkan. Pada masa itu gaya hidup berlebih-lebihan tampak pada pola makan dan berpakaian, tapi kini manifestasi pola konsumsi berlebih-lebihan itu nyaris di seluruh lapangan kehidupan. Konsumsi untuk rujukan pamer (*conspicuous consumptions*) telah menjadi bagian dari gaya hidup yang dibenarkan.

Islam menganjurkan konsumsi pada batas kewajaran, Islam melarang *taqtir* (kikir) dan juga melarang *israf* (berlebihan) (QS al-Furqan (25): 67; al-A'raf [7]: 31-32). *Al-taqtir* masuk pada kawasan bakhil yang Rasulullah sendiri berlindung dari sifat ini, karena dengan bakhil akan melemahkan akal, tubuh, ruh, dan akan memutuskan seorang muslim dari kerja, aktivitas serta menganggap orang lain hina. Sedangkan *israf* adalah melebihi batas, melebihi tujuan, juga melebihi keseimbangan, artinya harta yang dinafkahkan bukan lagi pada koredor taat kepada Allah SWT, tanpa ada tujuan yang berarti, melebihi batas, atau mengkonsumsi barang yang haram, atau juga melebihi sesuatu yang dibolehkan sehingga pada akhirnya menjadi dilarang.

Disamping *israf*, terdapat istilah *tabzir* dan *taraf*. *Tabzir* tingkatannya sedikit diatas *israf*, terlalu leluasa dalam menafkahkan harta atau mengkonsumsi dan pada akhirnya menjadi haram, atau menafkahkan harta untuk maksiat. Dan *taraf* (kemewahan) tingkatannya diatas *tabzir*, *taraf* hukumnya haram dan bisa

membawa kepada kekufuran (QS. al-Isra' [17]: 16; al-Mukminun [23]: 64-65; al-Waqi'ah [56]: 40-45). *Israf, tabzir* dan *taraf* termasuk dalam *idhaatul mal* (menyia-nyiakan harta) sebagai pola konsumsi yang dilarang dalam Islam.

E. PERILAKU KONSUMEN DALAM EKONOMI ISLAM

Menurut Yusuf Qardhawi, (Yusuf Qardhawi, 1997: 210) ada dua variabel moral dalam berkonsumsi, yaitu:

1. Konsumsi pada barang yang halal dan baik serta memerangi kebakhilan dan kekikiran yang meliputi beberapa aspek; berhemat (*saving*), berinfak (*mash/awt*), serta menjauhi judi, khamar, gharar dan spekulasi.
2. Konsumsi yang menjauhi kemegahan, kemewahan, kemubaziran dan menghindari hutang.

Islam telah mewajibkan kepada pemilik harta agar membelanjakan hartanya untuk diri, keluarga dan dijalan Allah, serta mengharamkan bersikap pelit, pemborosan dan penghamburan harta. Sebagaimana seorang muslim tidak bebas untuk mendapatkan hartanya dari sesuatu yang haram, ia juga tidak bebas untuk membelanjakan hartanya dalam hal yang haram. Karena itu Islam meletakkan batasan dan ketentuan dalam konsumsi dan pembelanjaan. Sebagaimana seorang muslim bertanggung jawab mengenai hartanya darimana ia mendapatkan, dia juga bertanggung jawab terhadap harta tersebut dalam hal apa harta itu dibelanjakan.

Dalam konsep Islam, barang-barang konsumen adalah bahan-bahan konsumsi yang berguna dan baik yang manfaatnya menimbulkan kebaikan secara material, moral maupun spritual pada konsumennya. Barang-barang yang tidak memiliki kebaikan dan tidak membantu meningkatkan kemaslahatan manusia, menurut konsep Islam, bukan barang dan juga tidak dapat dianggap sebagai milik

atau asset umat muslim. Karena itu, barang-barang yang terlarang tidak dianggap sebagai barang dalam Islam (Monzer Kahf, 1995: 26).

Pembagian barang atau jasa antara yang haram dan halal sangat penting, karena kemaslahatan konsumen akan meningkat jika ia mengkonsumsi lebih banyak barang yang bermanfaat dan halal dan mengurangi konsumsi barang yang haram. Islam sudah cukup jelas dan rinci mengklasifikasikan mana barang halal dan mana barang haram. Islam juga melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa yang sudah ditetapkan halal (Adiwarman Karim, 2003: 107). Dengan demikian, barang halal adalah barang yang disukai dan barang haram adalah barang yang tidak disukai, semakin sedikit konsumsi terhadap barang yang tidak disukai maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi, dan begitu juga sebaliknya.

Seseorang bisa saja berpandangan sempit dan statis dengan mengatakan bahwa konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan. Dalam Islam, pada hakekatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah-perintah mengenai makanan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Dengan mengurangi pemborosan yang tidak perlu, Islam menekankan dan lebih mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu pihak konsumen. Sikap moderat dalam perilaku konsumen ini kemudian menjadi logik dari gaya konsumsi Islam, yang sifatnya nisbi dan dinamik (Muhammad Abdul Manan, 1995: 50). Dengan demikian, perlu dipahami bahwa pengertian mengenai konsumsi Islami tidak terbatas pada larangan-larangan namun lebih luas dari pada itu yakni Islam memandang manusia seutuhnya, tidak hanya sebatas sebagai makhluk ekonomi (*Jwmo economicusy* tetapi juga sebagai makhluk yang beragama (*homo religiusy* sehingga keputusan-keputusan yang diambil berdasarkan agama adalah rasional karena selalu mempertimbangkan baik dan buruk secara proporsional.

Sementara itu Khan (1992: 170-174) menjelaskan terdapat dua hal yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan pilihan konsumsi dalam pandangan ekonomi Islam yang tidak terdapat pada teori perilaku konsumen kapitalis:

- I. Pilihan adalah bagaimana membelanjakan pendapatan untuk keperluan duniawi dan untuk keperluan ukhrawi (*infaq Ji sabilillah*).

Keseimbangan adalah nilai dasar fundamental dalam ekonomi Islam berbeda dengan aturan maksimum dalam ekonomi kapitalis. Aturan ini menghendaki seseorang untuk berada dalam kondisi pertengahan yang disebut *iqtishad* atau oleh Aristoteles disebut sebagai *the golden mean*.

Selanjutnya Khan menjelaskan bahwa alat analisis seperti ini tidak mungkin untuk menunjukkan letak pilihan barang yang paling disukai dengan menggunakan alat analisis konvensional. Alat analisis yang dapat mengaplikasikan aturan Islam tentang keseimbangan harus berbeda dengan alat analisis yang diterapkan dalam ekonomi konvensional atas dasar memaksimalkan kepuasan. Suatu saat pilihan-pilihan ini dibuat dan berbeda pada tingkatan keseimbangan untuk kebutuhan dunia yang telah ditentukan, tetapi kemudian pertanyaannya adalah bagaimana mengalokasikan pendapatan untuk kebutuhan-kebutuhan lainnya.

2. Aspek lain yang perlu diperhatikan dalam menentukan pilihan antara lain adalah kuantitas konsumsi saat ini dan seberapa banyak *saving* untuk konsumsi kemudian. Teori konvensional menunjukkannya dengan istilah referensi waktu (*time preference*). Sejalan dengan teori ekonomi konvensional tingkat tabungan dan konsumsi saat ini tergantung pada keseimbangan antara nilai waktu (*rate of time preference*) dan tingkat bunga (*rate of interest*) sehingga dapat menjustifikasi diperbolehkannya *bunga*. Sementara Islam memandang hal ini dalam dua aspek; (I) Islam membolehkan seseorang menabung untuk konsumsi mendatang, tetapi besarnya alokasi untuk menabung dan untuk konsumsi tidak menggunakan prinsip perilaku

maksimum, sebaliknya menggunakan prinsip keseimbangan. (2) Harapan mendapatkan tingkat pengembalian (*rate of return*) pada tabungan adalah motivasi yang lebih efektif dari pada mengharapkan tingkat bunga (*rate of interest*).

Khan (1995: 39-40) menggambarkan beberapa aspek konsekuensi dari analisis perilaku konsumen dalam kerangka ekonomi Islam seperti dalam gambar berikut:

PILIHAN-PILIHAN YANG DIHADAPI KONSUMEN

Pilihan level I

Menghabiskan untuk kebutuhan duniawi Menghabiskan untuk alasan Allah

Pilihan level II

Konsumsi masa depan Konsumsi hari ini

Pilihan level III

Konsumsi *dharuriyyat* Konsumsi *hajjiyyai* Konsumsi *tahsiniyyat*

Pilihan level IV

Pilihan antara benda-benda (<i>choice between substitutes</i>)	Pilihan antara benda-benda (<i>choice between substitutes</i>)	Pilihan antara benda-benda (<i>choice between substitutes</i>)
---	---	---

Teori perilaku konsumen dalam kerangka ekonomi Islam harus menganalisis empat tingkat pilihan konsumen, dimana ekonomi konvensional membatasi hanya pada level dua dan empat saja dan memilih untuk mengabaikan

level satu dan tiga. Oleh karena itu, ruang lingkup teori perilaku konsumen dalam ekonomi Islam lebih luas dari ekonomi konvensional

Dalam mempelajari teori perilaku konsumen ada dua pendekatan yang biasa digunakan yakni pendekatan kardinal (pendekatan dengan angka absolut) dan pendekatan ordinal (dengan kurva indifference). Dalam pendekatan kardinal manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan dengan angka kuantitatif dengan memakai satuan *util* (guna), sedangkan dalam pendekatan ordinal dengan bantuan kurva yang disebut kurva indifference (*Indifferent Curve*). Dalam menggunakan pendekatan konvensional ini akan terjadi beberapa modifikasi karena pendekatan konvensional tidak secara langsung dapat diaplikasikan untuk menggambarkan perilaku konsumen dalam ekonomi Islam

1. Teori utilitas

Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang. Kegunaan ini juga bisa dirasakan sebagai rasa "tertolong" dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Karena adanya rasa inilah, maka seringkali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seseorang konsumen dalam mengonsumsi sebuah barang. Jadi kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas (P3EI UII, 2008: 127).

Jika menggunakan teori konvensional, konsumen diasumsikan selalu menginginkan tingkat kepuasan tertinggi. Konsumen akan memilih mengonsumsi barang A atau B tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh kedua barang tersebut. Ia akan memilih mengonsumsi barang A jika memberikan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan B. Selanjutnya konsumen akan melihat dana atau anggaran yang dimiliki, kalau ternyata dana yang dimiliki memadai untuk membelinya maka ia akan membelinya, jika

tidak maka kemungkinan ia akan mengalihkan anggarannya untuk membeli barang yang kepuasannya maksimal tapi harganya terjangkau oleh anggarannya. Dengan demikian terdapat dua hal penting, yang perlu dipahami, *pertama*: tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi, *kedua*: batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran (P3EI UII, 2008: 128). Perilaku konsumsi seperti ini tentu tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam.

Menurut Knight, manusia rasional adalah manusia yang mengetahui apa yang dikehendakinya dan menyusun tingkahlakunya dengan sadar agar mendapatkan apa yang dikehendakinya (dalam Siddiqi, 1996: 96). Dalam teori konvensional, rasionalitas ekonomi mengasumsikan bahwa konsumen selalu berusaha memaksimalkan kepuasan mereka. Dalam kegiatan konsumsinya, konsumen menggunakan kerangka rasionalitas sehingga konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum melalui kegiatan konsumsinya tersebut. Sebagai contoh, seorang konsumen ingin memakan daging babi yang dari segi ekonomi dapat memberikan kepuasan baginya, rasionalitas ekonomi menganggap bahwa konsumen tersebut akan mengkonsumsi daging babi tersebut jika harga yang dibayarnya akan meningkatkan tingkat kepuasannya. Akan berbeda kondisinya jika konsumen tersebut seorang muslim, ia akan merasa bahwa memakan daging babi tersebut melanggar hukum Islam sehingga hal ini akan menimbulkan ketidakpuasan yang sebenarnya. Oleh karena itu aspek untuk mendapatkan kepuasan dari memakan itu tidak akan diutamakan sehingga seorang muslim tidak akan memakan daging babi. Jadi, konsumen muslim tidak akan menginginkan kepuasan (ekonomi) jika kepuasan itu bertentangan dengan ketentuan Islam.

Untuk mengetahui kepuasan seorang muslim dapat diilustrasikan dalam bentuk nilai guna (utilitas). Nilai guna dibedakan menjadi dua, yaitu nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marginal (*marginal utility*). Nilai guna total adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dalam mengkonsumsi sejumlah barang tertentu, sedangkan nilai guna marginal

adalah penambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan penggunaan satu unit barang (Heri Sudarsono, 2002: 152). Untuk memahami kedua nilai guna tersebut dapat diilustrasikan sebagai berikut, diasumsikan bahwa barang X dapat memberikan kepuasan yang terukur dalam periode tertentu sehingga dapat digambarkan dalam *total utility* (nilai guna total) dan *marginal utility* (nilai guna marginal) seperti dalam tabel berikut:

Nilai guna total dan nilai guna marginal

Unit barang X yang dikonsumsi per periode waktu	<i>Total Utility</i>	<i>Marginal Utility</i>
0	0	-
1	30	30
2	50	20
3	65	15
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	78	-7

Dari tabel di atas dapat dilihat untuk angka 90 pada kolom *Total Utility* menunjukkan tingkat kepuasan tertinggi yang diperoleh konsumen, titik ini disebut juga dengan *saturation rate* sedangkan untuk kolom *marginal*

utility titik tertinggi ada pada angka 30 yang kemudian terus menerus turun. Hal ini menunjukkan bahwa sampai pada konsumsi X kedelapan nilai guna marginal adalah positif, sedangkan ketika mengkonsumsi X kesembilan nilai guna marginal negatif. Artinya kepuasan konsumen mengkonsumsi barang X mencapai tingkat maksimal pada X kedelapan, jika kita mengkonsumsi lagi maka akan mengurangi kepuasan. Seandainya X dimisalkan dengan roti, ketika seseorang memakan roti tersebut maka ia akan mendapatkan kepuasan dan kepuasan tersebut akan bertambah bila ditambah roti kedua, ketiga dan keempat. Kepuasan memakan roti mencapai tingkat maksimal pada roti yang kedelapan. Jika konsumsi roti terus dilanjutkan maka kepuasan yang diperoleh akan menurun. Dengan demikian kepuasan bukan didasarkan atas banyaknya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas kemampuan manusia dalam memanfaatkan barang yang dikonsumsi untuk kelangsungan hidupnya.

Seorang konsumen muslim akan mengurangi konsumsi sebelum mencapai kepuasan maksimal sebagai upaya menjaga konsistensi kepuasan yang diterima dari mengkonsumsi suatu barang, karena setelah pada titik puncak maka konsumen tidak dapat menambah kepuasannya, jika penambahan konsumsi tetap dilakukan, maka yang terjadi justru menurunkan tingkat kepuasan totalnya. Hal ini dapat diilustrasikan ketika seseorang merasa haus dan mengkonsumsi satu gelas air yang diminum sampai habis. Ketika gelas kedua diminum, tingkat kepuasannya berkurang karena sudah dipenuhi pada tegukan gelas pertama, maka fenomena tersebut disebut pula dengan prinsip nilai guna yang semakin menurun (*principle of diminishing marginal utility*). Secara matematis hubungan antara TU dan MU adalah:

$$\text{Total Utility} = f (X_1, X_2, X_3 \dots X_n)$$

sedangkan MU adalah fungsi turunan dari TU sehingga dapat dituliskan:

$$\text{Marginal Utility} = MU \text{ barang A} = MU \text{ barang B} = MU \text{ barang C} = MU/R_p$$

PA

PB

PC

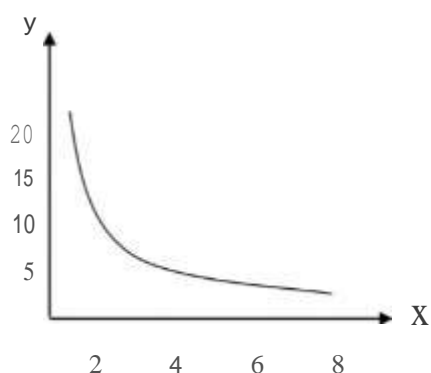
2. Kurva indifference

Teori utilitas merupakan teori yang lebih dahulu dikembangkan untuk mengukur kepuasan konsumsi seorang konsumen, namun dilihat dari berbagai aspek teori ini memiliki kelemahan, diantaranya karena kepuasan tidak dapat dihitung dengan angka-angka, kepuasan adalah sesuatu yang relatif sehingga tidak mudah untuk diukur. Disamping itu kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beragam keinginan, dan beragam keinginan dipengaruhi oleh berbagai preferensi seperti pengaruh keluarga, lingkungan, dan media informasi, sehingga rasa kepuasan setiap orang tidak dapat disamakan karena ukuran yang digunakan juga tidak sama. Oleh karena itu, untuk melengkapi teori utilitas ini, berkembang pendekatan indifference guna mewujudkan pemaksimalan kepuasan seorang konsumen dengan pendapatan yang terbatas.

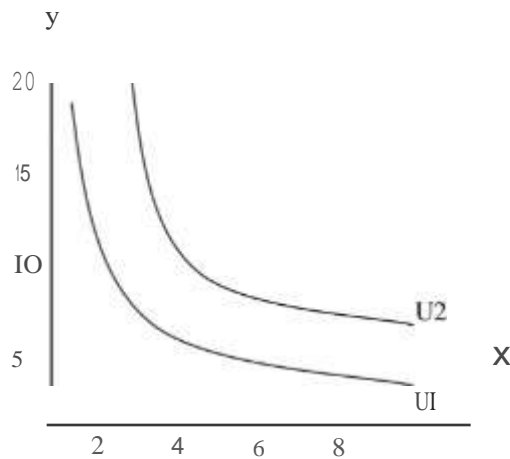
Kurva indifference (*Indifferent Curve*) menggambarkan tingkat kepuasan dua barang (jasa) yang disukai konsumen, yaitu dua barang yang akan memberikan kepuasan yang sama besar. Untuk menjelaskan kurva ini, dapat diilustrasikan sebagai seorang konsumen yang akan mengkonsumsi barang X dan Y, konsumen tersebut mempunyai kebebasan untuk menentukan kombinasi barang X dan Y yang akan dikonsumsinya, seperti pada tabel:

Kombinasi	Jumlah Barang		Tingkat pengantian marginal antara X dan Y
	X	Y	
A	20	1	-
B	16	2	$4/1 = 4,0$
C	12	4	$4/2 = 2,0$
D	10	6	$2/2 = 1,0$
E	8	8	$2/2 = 1,0$

Apabila konsumen memilih kombinasi A maka ia mendapatkan 20 X dan 1 Y. Kepuasan yang diperoleh dari konsumsi ini tidak berbeda jika ia mengkonsumsi kombinasi B, yaitu 16 X dan 2 Y atau kombinasi C, D dan E. Artinya setiap kenaikan konsumsi satuan barang X akan mengurangi konsumsi satuan barang Y. Hal ini menggambarkan besarnya pengorbanan suatu barang untuk meningkatkan konsumsi barang lain, dan dalam waktu yang sama tetap mempertahankan tingkat kepuasan yang diperoleh atau yang disebut dengan tingkat penggantian marginal (*Marginal Rate of Substitution/MRS*). Secara umum keadaan ini dapat digambarkan dalam kurva indifference (kepuasan sama):



Bila kombinasi kurva indifference dikumpulkan akan terlihat berbagai bentuk kurva kepuasan yang menghubungkan antara dua barang yang berbeda, kumpulan kurva ini disebut peta kurva indifference. Semakin tinggi kurva indifference semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat terlihat dalam gambar berikut:



Kurva U_1 dan U_2 menunjukkan kurva kepuasan sama, setiap kurva menggambarkan suatu tingkat kepuasan tertentu. Semua kombinasi titik pada kurva indifference yang sama memiliki tingkat kepuasan yang sama, sedangkan bila berada pada kurva indifference yang berbeda maka akan memberikan tingkat kepuasan yang berbeda pula. Kurva yang lebih tinggi menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih besar dari kurva yang berada di bawahnya. Kurva diatas menggambarkan tingkat kepuasan yang berbeda dari mengkonsumsi barang X dan Y , dimana U_2 mempunyai tingkat kepuasan lebih besar dibanding dengan U_1 , hal ini dikarenakan pada garis U_2 konsumen bisa mendapatkan barang X dan Y lebih banyak dari U_1 , dan individu dalam keadaan indifference disaat barang X dan Y dalam tingkat kepuasan yang sama yakni disepanjang garis utility. Sehingga kurva ini mempunyai karakteristik:

- 1) Selera konsumen terhadap barang tertentu dianggap konsisten, akibat dari asumsi ini adalah kurva indifference tidak pernah bersinggungan berpotongan (*intersection*) satu sama lain.
- 2) Individu atau konsumen lebih menyukai barang dengan jumlah yang lebih banyak dari pada jumlah yang lebih sedikit, sehingga akibat dari asumsi

ini adalah kurva indifference berslope negatif, yang merefleksikan prinsip umum dimana individu akan mengorbankan barang untuk mendapatkan barang yang mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- 3) Kurva U pada gambar diatas juga menggambarkan efek substitusi antara barang X dan barang Y, misalnya X dan Y mempunyai efek substitusi 1:2 maka satu kenaikan barang X akan menyebabkan penurunan dua unit barang Y.

BAB IV PERMINTAAN DALAM ISLAM

A. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, teori permintaan dan penawaran (*demand and supply*), dalam ilmu ekonomi, adalah penggambaran atas hubungan-hubungan di pasar, antara para calon pembeli dan calon penjual dari suatu barang. Model penawaran dan permintaan ini digunakan untuk menentukan harga dan kuantitas yang terjual di pasar. Model ini sangat penting untuk melakukan analisa ekonomi mikro terhadap perilaku para pembeli dan penjual, serta interaksi mereka di pasar. Model ini juga digunakan sebagai titik tolak bagi berbagai model dan teori ekonominya. Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang diminta oleh konsumen dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas. Model ini mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.

Setelah membahas bagaimana pola konsumsi dan perilaku konsumen dalam Islam (BAB III), maka akan dibahas mengenai bagaimana menurunkan pola tersebut pada teori permintaan. Teori permintaan merupakan teori dasar yang sudah secara luas disepakati, baik itu secara konvensional maupun secara Islam, tetapi Islam menjelaskan teori permintaan dengan mengakomodasikan seluruh individu, tidak hanya individu yang memiliki kemampuan beli namun juga individu yang tidak memiliki kemampuan beli. Bagaimana konsep permintaan dalam ekonomi Islam, bagaimana konsep permintaan barang halal dalam pilihan halal-haram, dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan dalam ekonomi Islam?

B. HOKUM PERMINTAAN DAN TEORI PERMINTAAN

Dalam ekonomi Islam, setiap tindakan ekonomi individu selalu terikat dengan nilai-nilai moral dan agama. Seorang muslim dituntut untuk bersikap moderat dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya, dia tidak boleh berlebih-lebihan (*israf*; dan juga dilarang untuk kikir (*bukhl*). Nilai-nilai ini akan mewarnai setiap kegiatan ekonomi seorang muslim, baik dalam bertindak maupun berperilaku. Banyak pakar muslim yang membahas secara mendalam tentang perilaku ekonomi, Ibnu Taimiyah merupakan salah seorang diantaranya yang mengungkapkan teori permintaan dan penawaran secara detail berikut pembahasan tentang uang, harga, inflasi dan pengaruh pertumbuhan populasi terhadap permintaan dan penawaran tersebut. Untuk menunjukkan permintaan ini Ibnu Taimiyah menggunakan istilah keinginan.

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu (Iskandar Putong, 2002: 33). Permintaan terhadap barang atau jasa didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu.

Dalam definisi ini digunakan kalimat aktif, 'orang bersedia untuk membelinya' memberi penekanan pada kegiatan konsumsi yang dilakukan secara aktif oleh masyarakat konsumen, yang dipengaruhi oleh tingkat harga. Sedangkan kata 'bersedia' memberikan penekanan bahwa konsumen memiliki keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa (dengan kata lain konsumen memiliki 'preferensi terhadap barang atau jasa tersebut), sekaligus ia juga memiliki kemampuan, yaitu uang atau pendapatan, untuk membeli, dalam rangka memenuhi keinginannya tersebut. Kemampuan tersebut seringkali diberi istilah daya beli. Jadi, konsep permintaan terhadap barang atau jasa hanya memperhatikan konsumen yang memiliki preferensi dan daya beli sekaligus (Mustafa Edwin dkk, 2007: 80). Bagaimana dengan konsumen yang tidak memiliki daya beli, bagaimana solusi Islam dalam mengakomodasi individu yang

tidak memiliki daya beli ini, sehingga permintaan betul-betul mencerminkan kebutuhan seluruh masyarakat, Hal ini akan dijawab pada bagian akhir dari sub bahasan ini.

Hukum permintaan

! Bila faktor tingkat pendapatan, **h**ya barang subsaitusi, selera dan ekspektasi konsumen tetap (*ceteris paribus*), maka permintaan hanya ditentukan oleh harga. Besar kecilnya perubahan permintaan ditentumkan oleh besar kecilnya perubahan harga. Jika ini terjadi, maka berlaku perbandingan terbalilaantara harga terhadap permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran. Perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan, dalam ekonomi, dlsebut sebagai bukum permintaan .

Hukum permintaan yang diakui dan disepakati secara luas tersebut -baik secara konvensional maupun secara Islam- menyatakan bahwa jika harga suatu komoditi naik, dan hal-hal lain dianggap tidak berubah (*ceteris paribus*), pembeli cenderung membeli lebih sedikit komoditi tersebut (permintaan menurun). Demikian juga halnya jika harga tnrun, dan hal-hal lain tidak berubah, jumlah barang yang dibeli akan meningkat (permintaan naik), Dengan kata lain, permintaan suatu barang memiliki hubungan atau korelasi negatif dengan harga barang tersebut jika asumsi-asumsi yang dibutuhkan terpenuhi, yaitu *ceteris paribus*.

! **II**
 Bila P suatu barang naik ($P \uparrow$), maka permintaan barang tersebut akan turun ($Q \downarrow$), sebaliknya, jika harga barang tersebut turun ($P \downarrow$) maka permintaan akan naik ($Q \uparrow$).

Berdasarkan hukum di atas dapat dipahami bahwa permintaan seorang individu di pasar dipengaruhi oleh harga. Kenaikan harga akan menurunkan permintaan, dan sebaliknya penurunan harga akan menaikkan permintaan. Dengan demikian akan dapat diketahui seberapa besar pengaruh perubahan harga terhadap

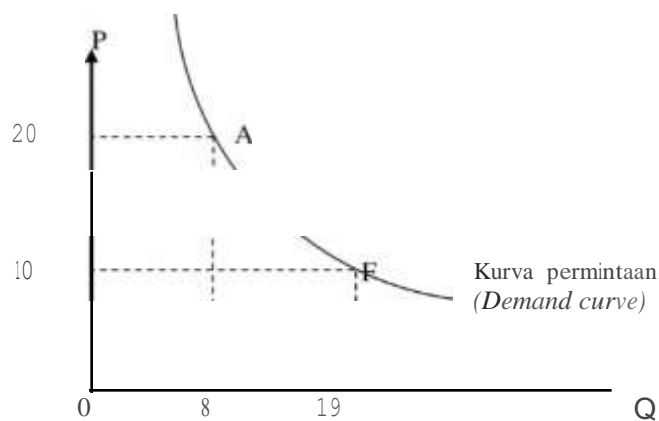
perubahan permintaan konsumen. Keadaan ini dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel: Tingkat harga di pasar dan jumlah barang yang diminta dalam periode tertentu berdasarkan hukum permintaan

Harga (P)	Kuantitas yang diminta (Q)	Periode
20	8	A
18	10	B
15	12	C
13	15	D
12	17	E
10	19	F

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya perubahan permintaan sebagai akibat dari berubahnya harga tidaklah sama dari suatu titik ke titik berikutnya. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dibuat kurva yang biasa dikenal dengan 'kurva permintaan'. Kurva permintaan merupakan representasi grafis dari hubungan antara harga suatu barang dengan kuantitas barang yang diminta oleh seseorang dengan mengasumsikan bahwa seluruh faktor lain tidak berubah (*ceterisparibus*).

Gambar: Kurva permintaan yang menghubungkan antara harga dan permintaan



Kurva ini merepresentasikan hukum permintaan dimana jika harga turun dari 20 menjadi 10, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang diminta akan meningkat dari 8 menjadi 19. Kurva permintaan ini menunjukkan bahwa pergerakan kurva terjadi dari kiri atas ke kanan bawah dan sebaliknya, sehingga kemiringan/slope-nya negatif. Hal ini terjadi karena hubungan terbalik antara permintaan dengan harga. Pergerakan dari titik A ke titik F pada kurva permintaan di atas hanya berlaku bila semua yang mempengaruhi permintaan selain harga dianggap tetap (*ceteris paribus*). Pada label dan kurva permintaan di atas dapat dilihat dua hal sebagai berikut:

1. Jumlah barang yang diminta, yaitu banyaknya barang yang diminta pada setiap periode (setiap titik pada tabel atau kurva, yaitu A, B, C, D, E dan F).
2. Permintaan, yaitu gabungan permintaan dari seluruh jumlah barang yang diminta, yaitu kurva permintaan ($A+B+C+D+E+F$)

Teori permintaan

Berdasarkan hukum permintaan di atas, dapat dipahami adanya hubungan antara permintaan dengan harga. Secara teori, hukum ini dijelaskan yaitu: manakala pada suatu pasar terdapat permintaan suatu produk yang relatif sangat banyak sehingga:

1. Barang yang tersedia pada produsen tidak dapat memenuhi semua permintaan tersebut sehingga untuk membatasi jumlah pembelian produsen akan menaikkan harga jual produk tersebut.
2. Penjual akan berusaha menggunakan kesempatan tersebut untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungannya dengan cara menaikkan harga jual produknya.

Sebaliknya, manakala pada suatu pasar permintaan suatu produk relatif sedikit, maka yang terjadi adalah harga turun. Keadaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Barang tersedia pada produsen/penjual sangat banyak sehingga manakala jumlah permintaan sedikit produsen akan berusaha menjual produknya sebanyak mungkin dengan cara menurunkan harga jual produknya.
2. Produsen/penjual hanya akan meningkatkan keuntungannya dari volume penjualannya.

Perilaku ekonomi seperti ini pernah dirumuskan oleh para pemikir ekonomi Islam masa silam, yaitu Abu Yusuf, Ibn Taimiyah, al-Ghazali dan Ibn Khaldun. Teori yang menerangkan hubungan antara permintaan terhadap harga yang merupakan pernyataan positif tersebut dikenal dengan 'teori permintaan'. Dengan demikian, teori permintaan dapat dinyatakan:

Perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya, yaitu apabila permintaan naik (Q ↑), maka harga relatif akan naik (P ↑), sebaliknya bila permintaan turun (Q ↓), maka harga relatif akan turun (P ↓).

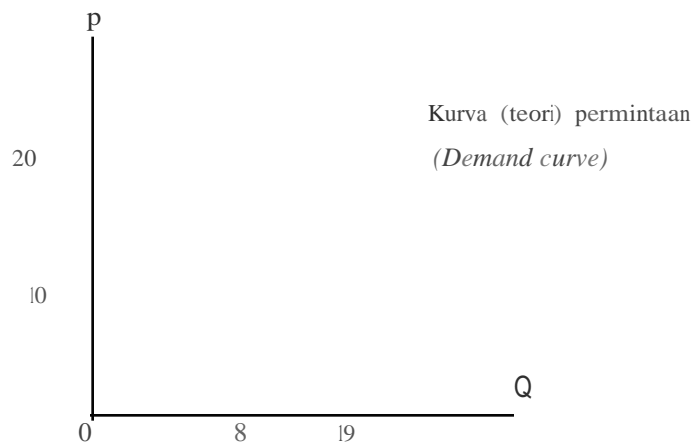
Berdasarkan teori permintaan atas barang, diketahui bahwa pembelian barang seorang konsumen akan mempengaruhi harga barang di pasar. Dengan demikian akan dapat diketahui seberapa besar perubahan permintaan terhadap perubahan harga. Keadaan ini dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel: Jumlah barang yang diminta dan tingkat harga di pasar dalam periode tertentu berdasarkan teori permintaan

Kuantitas yang diminta (Q)	Harga (P)	Periode
8	10	A
10	12	B
12	13	C
15	15	D
17	18	E
19	20	F

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya perubahan permintaan mengakibatkan berubahnya harga yang tidaklah sama dari suatu titik ke titik berikutnya. Pada tabel di atas tampak bahwa bila jumlah barang yang diminta makin banyak maka harga akan meningkat. Sebaliknya, bila jumlah barang yang diminta makin sedikit, maka harga akan turun. Secara visual jumlah barang yang diminta, tingkat harga dan periode tertentu menurut teori permintaan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar: Kurva yang menghubungkan antara permintaan dan harga



Kurva ini merepresentasikan teori permintaan dimana jika permintaan terhadap barang naik dari 8 menjadi 19, maka harga barang akan meningkat dari 10 menjadi 20. Kurva ini menunjukkan bahwa pergerakan kurva terjadi dari kiri bawah ke kanan atas dan sebaliknya, sehingga kemiringan/slope-nya positif. Hal ini terjadi karena hubungan lurus antara permintaan dengan harga.

Dengan demikian, determinasi harga terhadap permintaan dengan mengasumsikan faktor-faktor yang mempengaruhinya dianggap tetap (*ceteris paribus*) menghasilkan hukum permintaan, sedangkan bila permintaan yang menentukan harga maka menghasilkan teori permintaan (tanpa asumsi *ceteris paribus*).

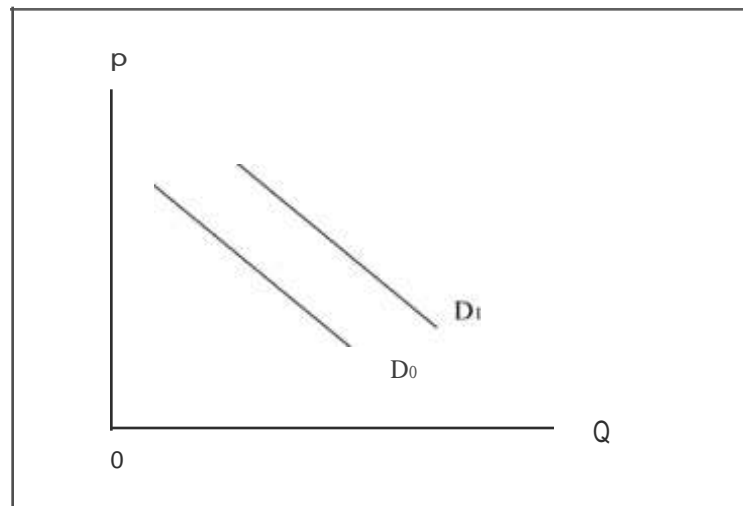
Konsep Islam Tentang Permintaan

Teori permintaan seperti di atas diakui dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Namun penjelasan dari teori tersebut yang kemudian menunjukkan perbedaan antara konvensional dan Islam. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang/jasa meningkat maka jumlah barang/jasa yang diminta konsumen akan turun, sebaliknya jika harga barang/jasa tersebut turun maka jumlah barang yang diminta akan naik, selama faktor lain tidak berubah (*ceteris paribus*). Dalam ekonomi Islam, *mashlahah* menjadi salah satu item terpenting dari *ceteris paribus*, karena sekalipun harga turun tapi *mashlahah*-nya juga turun maka hal ini tidak akan meningkatkan permintaan konsumen muslim. Dengan demikian formulasi hukum permintaan dalam Islam menjadi bila harga suatu barang naik maka permintaan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka permintaan akan naik, selama kandungan *mashlahah* pada barang tersebut dan faktor-faktor lain tidak berubah.

Di samping itu, Ali Sakti (2007: 132-4) mengemukakan bahwa dalam ekonomi konvensional terlihat dengan sangat jelas bahwa teori permintaannya tidak mengakomodasi individu yang tidak memiliki daya beli, sehingga kurva permintaannya lebih merepresentasikan preferensi konsumen yang memiliki daya beli saja. Sementara Islam menjelaskan teori permintaan dengan mengakomodasi individu yang tidak memiliki kemampuan beli. Karena sistem ekonomi Islam akan memberikan akses bagi individu tersebut untuk dapat memiliki kemampuan beli, sehingga kurva permintaan akan lebih mencerminkan kebutuhan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan asumsi bahwa masyarakat berkembang menuju kondisi keimanan individu dan kolektif yang baik, maka sedapat mungkin tingkat konsumsi merepresentasikan tingkat permintaan yang juga mencerminkan tingkat kebutuhan masyarakat. Dengan kata lain, dalam teori permintaan, tingkat permintaan merupakan juga tingkat kebutuhan masyarakat. Jadi tingkat permintaan bukan

hanya melambangkan tingkat daya beli atau kemampuan beli dari masyarakat seperti yang ada dalam paradigma konvensional, karena boleh jadi ada kelompok-kelompok masyarakat yang memang kemampuan belinya di bawah harga pasar berdasarkan *income* yang dimiliki, sehingga mekanisme penjaminan kebutuhan minimal oleh negara (*takaful*) melalui instrumen zakat menjadi alat (instrumen awal) untuk meningkatkan daya beli mereka.



Dengan demikian kurva permintaan dalam ekonomi Islam (D_1) akan berbentuk sama dengan konvensional namun cenderung lebih besar atau tinggi dari pada kurva permintaan konvensional (D_0). Hal ini terjadi akibat akomodasi konsumen yang lebih besar di pasar Islam, sementara pasar konvensional hanyalah menggambarkan konsumen yang dapat mencapai harga pasar. Disamping itu, dengan landasan teori seperti yang dijelaskan sebelumnya, karakteristik barang dan jasa yang kemudian beredar atau ditransaksikan di pasar adalah barang dan jasa yang cenderung bersifat kebutuhan. Namun perlu diingat bahwa makna kebutuhan ini tidak berarti barang dan jasa yang ditransaksikan adalah barang dan jasa yang kita nilai kebutuhan primer pada saat ini yaitu makanan, pakaian dan rumah. Definisi kebutuhan di sini tidak bermakna statis tapi dinamis, dimana barang dan jasa yang disebut kebutuhan tergantung pada kondisi

atau perkembangan ekonomi pada satu waktu tertentu, (seperti pada pembahasan kebutuhan vs keinginan BAB III).

Di sisi lain, teori ekonomi konvensional tentang permintaan membatasi analisisnya dalam jangka pendek, yakni hanya sejauh bagaimana manusia memenuhi keinginannya saja. Analisis hanya dibatasi pada variabel-variabel pasar seperti harga, pendapatan, selera, penghasilan dan sebagainya. Tidak ada analisis yang memasukan nilai-nilai moral dan sosial, seperti variabel-variabel kesederhanaan, keadilan, sikap mendahulukan orang lain dan sebagainya.

C. KURVA PERMINTAAN BARANG HALAL

Kurva permintaan barang halal (X) dan barang halal (Y)

Kurva permintaan diturunkan dari titik-titik persinggungan antara *indifferent curve* dengan *budget line*. Misalnya seorang konsumen mempunyai pendapatan $I = \text{Rp } 1 \text{ juta per bulan}$, dan menghadapi pilihan untuk mengkonsumsi barang X dan barang Y yang keduanya adalah barang halal. Misalnya harga barang X $P_x = \text{Rp } 100 \text{ ribu}$, dan harga barang Y $P_y = \text{Rp } 200 \text{ ribu}$. Titik A, A', A' menunjukkan konsumsi yang seluruhnya dialokasikan untuk barang X, dan titik B menunjukkan konsumsi yang seluruhnya dialokasikan untuk barang Y (Adiwarman Karim, 2003: 124-W26).

Dengan data ini, kita dapat membuat *budget line* dengan menarik garis lurus diantara dua titik:

Kombinasi	Income	P_x	P_y	$X = I/P_x$	$y = I/P_y$	X at tangency
A	1.000.000	100.000	200.000	10	5	10
B	1.000.000	100.000	200.000	0	5	5

Bila terjadi penurunan harga X menjadi $P_x = \text{Rp } 50$ ribu, maka kaki *budget line* pada sumbu X akan bertambah panjang. Perpanjangan kaki di sudut X ini membuktikan bahwa ketika harga x turun maka preferensi konsumen untuk menaikkan pembelian terhadap komoditi x meningkat. Karena yang berubah adalah harga dari salah satu komoditi maka preferensi harga untuk komoditi Y berpengaruh sehingga titik perpotongan sumbu Y tidak berubah, sedangkan titik perpotongan dengan sumbu X berubah.

Kombinasi	Income	P_x	P_y	$X = I/P_x$	$y = I/P_y$	X at tangency
A'	1.000.000	50.000	200.000	20	0	4
B	1.000.000	50.000	200.000	0	5	4

Bila harga X menjadi $P_x = \text{Rp } 25$ ribu, maka kaki *budget line* pada sumbu X akan semakin panjang. Titik perpotongan sumbu Y tidak berubah, sedangkan titik perpotongan dengan sumbu X berubah.

Kombinasi	Income	P_x	P_y	$X = I/P_x$	$y = I/P_y$	X at tangency
A''	1.000.000	25.000	200.000	40	0	5
B	1.000.000	25.000	200.000	0	5	5

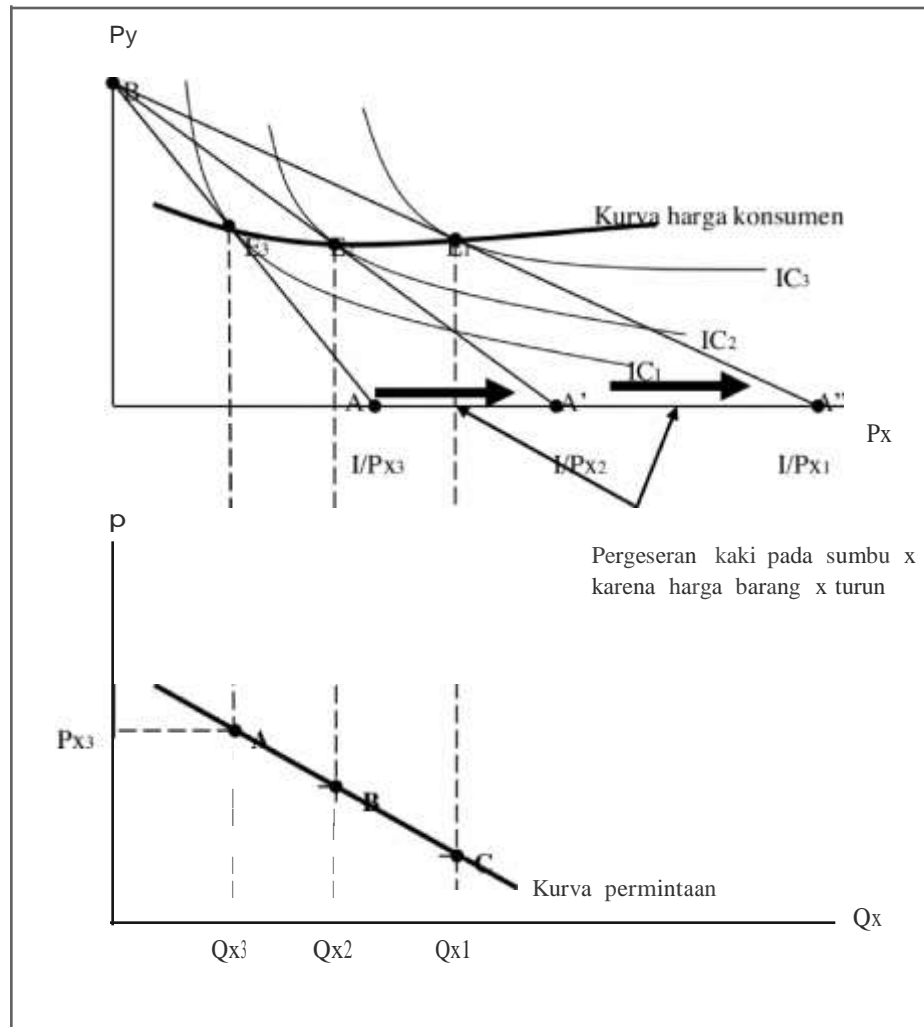
Dengan simulasi harga barang X, kita sekarang mendapatkan kurva yang menggambarkan antara harga dengan jumlah barang X yang diminta.

Harga X	Jumlah X (X pada saat tangency atau jumlah optimal X)
100.000	3
50.000	4
25.000	5

Semakin tinggi harga, semakin sedikit jumlah barang yang diminta. Dengan demikian kita mendapatkan *slope* kurva permintaan yang negatif untuk

barang halal, sebagaimana lazimnya kurva permintaan yang dipelajari dalam ekonomi konvensional.

Gambar: Penunjan kurva permintaan, barang X halal dan barang Y halal



Gambar di atas melukiskan bahwa barang X dan barang Y adalah barang halal, maka apabila terjadi perubahan harga barang X (P_x), dimana $P_{x1} < P_{x2} < P_{x3}$, dan income tetap, maka $(I/P_{x1}) < (I/P_{x2}) < (I/P_{x3})$, sehingga $Q_{x1} < Q_{x2} < Q_{x3}$.

Kurva permintaan barang halal dalam pilihan halal-haram

Dalam hal pilihan yang dihadapi antar barang halal dan haram, maka optimal solutionnya adalah corner solution. Katakanlah seorang konsumen mempunyai pendapatan $I = \text{Rp. } 1.000.000,00$ per bulan, dan menghadapi pilihan untuk mengonsumsi barang halal X dan barang haram Y . Harga barang X ($P_x = 100.000,00$) dan harga barang Y ($P_y = 200.000,00$). Titik A, A', A'' menunjukkan konsumsi seluruhnya dialokasikan pada barang X , dan titik B menunjukkan konsumsi seluruhnya dialokasikan pada barang Y . Simulasi penurunan harga juga dilakukan dari $\text{Rp. } 100.000,00$ ke tingkat $P_x = 50.000,00$ dan $P_x = 25.000,00$. (Adi Warman Karim, 2003: 127-129)

$P_{x1} = \text{Rp } 100 \text{ ribu}$

Kombinasi	Income	P_x (X halal)	P_y (Y haram)	$X = I/P_x$	$Y = I/P_y$	X at corner solution
A	1.000.000	100.000	200.000	10	0	10
B	1.000.000	100.000	200.000	0	5	0

$P_{x2} = \text{Rp } 50 \text{ ribu}$

Kombinasi	Income	P_x (X halal)	P_y (Y haram)	$X = I/P_x$	$Y = I/P_y$	X at corner solution
A	1.000.000	50.000	200.000	20	0	20
B	1.000.000	50.000	200.000	0	5	0

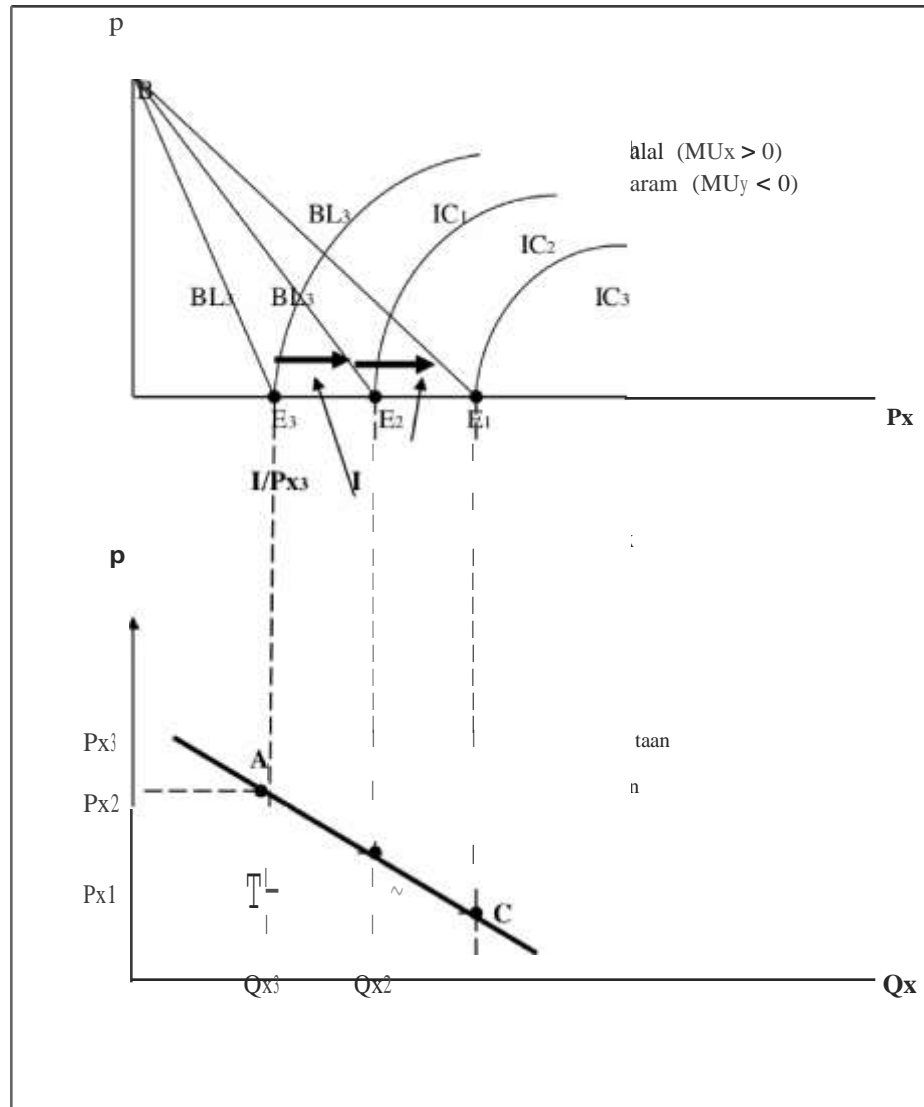
$P_{x3} = \text{Rp } 25 \text{ ribu}$

Kombinasi	Income	P_x (X halal)	P_y (Y haram)	$X = I/P_x$	$Y = I/P_y$	X at corner solution
A''	1.000.000	25.000	200.000	40	0	40
B	1.000.000	25.000	200.000	0	5	0

Dengan mengasumsikan perubahan hanya pada barang X , maka kita memiliki tiga tipe garis anggaran yang berbeda. Pada harga $X = 100.000,00$ budget line berada pada BL_1 , sedangkan pada harga $X = 50.000,00$ budget line

berada pada BL2, demikian juga ketika harga X berada pada level 25.000.00 maka budget line berada pada BL3. Dengan menggunakan simulasi penurunan harga barang X yang hal ini, maka kita dapat memformulasikan kurva permintaan barang halal X dalam pilihan halal-haram.

Gambar: Penurunan kurva permintaan, barang X halal dan barang Y haram



Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *optimal solution* untuk komoditi halal haram berada pada titik dimana barang haram yang dikonsumsi berada pada level nol. Hal ini senada dengan perintah Islam tentang pelarangan untuk mencampur adukan barang haram dan barang halal.

Apabila terjadi perubahan pada harga barang X dimana $P_{x3} > P_{x2} > P_{x1}$ dan income tetap, maka $(I/P_{x3}) < (I/P_{x2}) < (I/P_{x1})$, sehingga $Q_{x3} < Q_{x2} < Q_{x1}$.

Pilihan halal X & haram Y		Pilihan halal X & haram Y	
Harga X	Jumlah X (X pada corner solution / atau jumlah optimal)	Harga X	Jumlah Y (X pada saat tangency / atau jumlah optimal)
100.000	10	100.000	3
50.000	20	50.000	4
25.000	40	25.000	5

Semakin tinggi harga, semakin sedikit jumlah barang yang diminta. Dengan demikian kita juga mendapatkan slope kurva permintaan yang negatif untuk barang halal dalam pilihan halal X dan haram Y. Perbedaannya terletak pada kecuraman kurva atau dalam istilah ekonominya pada elastisitas harga. Penurunan harga dari 100.000.00 ke 50.000.00 meningkatkan permintaan barang X dari 10 ke 20 (bandingkan dengan pilihan halal X - haram Y yang hanya dari 3 ke 4), penurunan dari 50.000.00 ke 25.000.00 meningkatkan permintaan barang X dari 20 ke 40 (bandingkan dengan pilihan halal X - haram Y yang hanya naik dari 4 ke 5).

Keadaan Darurat Tidak Optimal

Dalam konsep Islam, yang haram telah jelas dan begitu pula yang halal jelas pula. (hadis). Secara logika ekonomi kita telah menjelaskan bahwa bila kita dihadapkan kepada dua pilihan yaitu barang halal dan barang haram, optimal solution adalah corner solution, yaitu mengalokasikan seluruh pendapatan untuk mengkonsumsi barang halal. Tindakan mengkonsumsi barang haram berarti meningkatkan dis-utility, sebaliknya tindakan mengurangi konsumsi barang haram berarti mengurangi dis-utility. Corner solution merupakan optimal solution kerana mengkonsumsi barang haram sejumlah nihil berarti menghilangkan dis-utility, selain itu mengalokasikan seluruh pendapatan untuk mengkonsumsi barang halal berarti meningkatkan utility.

Sekarang bayangkan keadaan hipotesis yang diambil dari kisah nyata tahun 1970-an. Sebuah pesawat terbang yang penuh penumpang jatuh ditengah gunung salju. Setelah bertahan beberapa hari tanpa persediaan makanan yang cukup beberapa penumpang meninggal. Bagi yang bertahan hidup pilihannya tidak banyak, yaitu terus bertahan sambil mengharapkan agar penyelamat segera datang, atau memakan daging penumpang yang telah meninggal. Memakan bangkai manusia jelas haram, namun nilai pilihannya antara memakan yang haram atau kita akan binasa, maka Islam memberikan kelonggaran untuk dapat mengkonsumsi barang haram sekedarnya untuk bertahan hidup.

Secara grafis keadaan ini ditunjukkan dengan terbatasnya supply barang halal X sejumlah Q_x^F , atau dapat juga dikatakan jumlah maksimal barang X yang tersedia pada keadaan full capacity adalah sebesar Q_x^F . Dengan asumsi maximizing behavior, maka tingkat utility U_3 lebih baik dibandingkan U_1 . Perhatikanlah bahwa untuk tingkat utility U_1 dan U_3 , optimal solution nya adalah corner solution pada garis horizontal sumbu X . Kedua corner solution itu menunjukkan berapa jumlah barang X yang diminta, sebut saja $Q_x(U_1)$ untuk tingkat utility U_1 dan $Q_x(U_3)$ untuk tingkat utility U_3 . Perhatikan pula bahwa $Q_x(U_1) < Q_x^F < Q_x(U_3)$. Oleh karena Q_x^F adalah jumlah maksimal barang X , dan

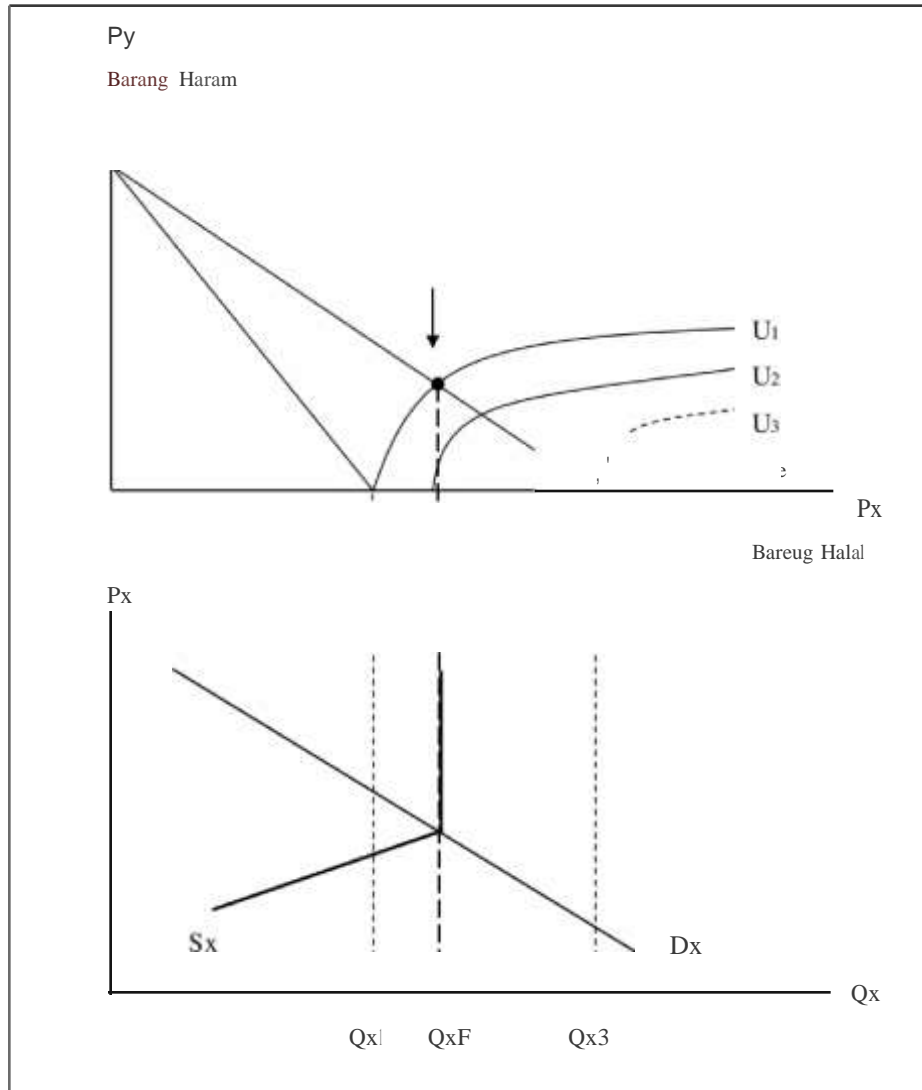
$Q_x (U_3)$ lebih besar dari $Q_x F$, maka dapat kita simpulkan bahwa tingkat utility U_3 tidak tercapai.

Untuk tingkat utility U_3 , $Q_x F$ akan memotong U_3 pada titik DP (titik darurat). Pada titik DP ada sejumlah pendapatan yang sebenarnya dapat digunakan untuk mengonsumsi barang X sejumlah $Q_x (U_3)$, namun karena terbatasnya barang X sejumlah $Q_x F$, maka akan ada sejumlah pendapatan yang dialokasikan untuk mengonsumsi barang haram Y . Perhatikan bahwa titik DP bukanlah titik optimal. Titik DP tidak terjadi pada saat persinggungan antara indifference curve dengan budget line atau kata lain MRS pada titik DP tidak sama dengan slope budget line.

Oleh karena dalam pilihan barang halal-haram, optimal solution selalu berarti corner solution, yaitu mengonsumsi barang halal seluruhnya, maka setiap keadaan darurat, yaitu keadaan yang secara terpaksa harus mengonsumsi barang haram, pastilah bukan corner solution dan oleh karenanya pasti bukan optimal solution. Keadaan darurat selalu bukan keadaan optimal.

Sub-optimality keadaan darurat dengan jelas terlihat bila kita membandingkan titik DP dengan titik $Q_x (U_2)$. Optimal solution untuk tingkat utility U_2 adalah corner solution pada tingkat $Q_x F$. Oleh karena tingkat utility U_2 lebih baik dibandingkan dengan tingkat utility U_1 , jelaslah titik DP sub-optimal dibanding $Q_x (U_2)$

Gambar: Sub-optimal solution, barang halal X dan barang haram Y



Supply barang X terbatas dimana jumlah maksimum pada Q_x^F (Q_x pada *full capacity*), sehingga kurva U_3 tidak dapat dicapai. Pada titik darurat (DP) terdapat barang Y. Jelas disini bahwa titik darurat DP bukanlah solusi yang optimal karena titik DP bukan merupakan titik persinggungan. DP selalu tidak optimal. Apabila $U_2 > U_1$, maka U_2 optimal. Pada U_2 , tidak ada permintaan terhadap barang Y.

D. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUH PERMINTAAN

Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah. Namun, pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diurai sebagai berikut (P3EI, 2008: 312-4):

1. Harga barang yang bersangkutan

Dari uraian-urainya sebelumnya tampak bahwa harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada umumnya, hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif. Semakin tinggi tingkat harga, maka semakin rendah jumlah permintaan, demikian pula sebaliknya. Secara lebih spesifik pengaruh harga barang terhadap permintaan ini dapat diurai lagi menjadi:

a. Efek substitusi

Efek substitusi berarti bahwa jika harga suatu barang naik, maka hal ini akan mendorong konsumen untuk mencari barang lain yang bisa menggantikan fungsi dari barang yang harganya naik tersebut (barang substitusi). Karenanya permintaan terhadap barang tersebut akan menurun sebab konsumen beralih kepada barang substitusinya.

b. Efek pendapatan

Efek pendapatan berarti bahwa jika harga suatu barang naik, maka berarti pula secara riil pendapatan konsumen turun sebab dengan pendapatan yang sama ia hanya dapat membeli barang lebih sedikit. Akibatnya, ia akan mengurangi permintaannya terhadap barang tersebut,

2. Pendapatan konsumen

Pendapatan merupakan faktor penentu selain harga barang. Semakin tinggi pendapatan seorang konsumen, maka semakin tinggi daya belinya sehingga permintaannya terhadap barang akan meningkat pula. Sebaliknya, jika semakin rendah pendapatan, maka semakin rendah pula daya beli, dan akhirnya rendah pula permintaannya terhadap barang tersebut,

3. Harga barang lain yang terkahe

Harga barang lain yang terkait juga menentukan permintaan suatu barang. Yang dimaksud dengan barang lain yang terkahe adalah substitusi dan komplementer dari barang tersebut. Jika harga barang substitusinya turun maka permintaan terhadap barang tersebut juga turun, sebab konsumen mengalihkan permintaannya pada barang substitusi. Sebaliknya, jika harga barang substitusi naik, maka permintaan terhadap barang tersebut juga naik. Sementara jika harga barang komplementernya naik, maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun. Sebaliknya jika harga barang komplementernya turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan naik.

4. Selera konsumen

Selera konsumen menempati posisi yang penting dalam menentukan permintaan terhadap suatu barang. Jika selera seorang konsumen terhadap barang tinggi, maka permintaannya terhadap barang tersebut juga tinggi,

meskipun harganya juga tinggi. Sebaliknya, meskipun harga barang tersebut rendah, maka konsumen tetap tidak tertarik untuk membeli seandainya tidak memiliki selera terhadap barang tersebut.

5. Ekspektasi (pengharapan)

Meskipun tidak secara eksplisit, pemikir ekonomi klasik telah menengarai peran ekspektasi dalam menentukan permintaan. Ekspektasi bisa berupa ekspektasi positif maupun negatif. Dalam kasus ekspektasi positif konsumen akan lebih terdorong untuk membeli suatu barang, sementara ekspektasi negatif akan menimbulkan akibat yang sebaliknya.

6. *Mashlahali*

Mashlahah merupakan tujuan utama dalam mengkonsumsi barang, sebab maksimal *mashlahah* merupakan cara untuk mencapai *falah*, sebagaimana telah diakui, *mashlahah* merupakan kombinasi dari manfaat dengan berkah. Pengaruh *mashlahah* terhadap permintaan tidak bisa dijelaskan secara sederhana sebagaimana pengaruh faktor-faktor yang disebutkan terdahulu sebab ia akan tergantung pada tingkat keimanan. Konsumen dengan tingkat keimanan "biasa" kemungkinan akan mengkonsumsi barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini, jika barang/jasa yang dikonsumsi telah mencapai kandungan berkah minimum, maka konsumen akan menganggapnya sudah baik sehingga pertimbangan konsumsi selanjutnya akan didasarkan pada faktor-faktor non-berkah. Namun konsumen dengan tingkat keimanan yang lebih tinggi lebih menyukai barang dengan kandungan berkah yang lebih tinggi. Jika mereka melihat barang dengan kandungan berkah yang lebih tinggi, *ceteris paribus*, maka mereka akan meninggalkan barang dengan kandungan berkah yang rendah dan menggantinya dengan barang yang kandungan berkahnya lebih tinggi. Jadi, jika *mashlahah* relatif turun, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang diminta akan turun juga, begitu juga sebaliknya.

Di samping faktor-faktor di atas, faktor jumlah penduduk terkadang juga dimasukkan sebagai salah satu faktor yang akan mempengaruhi permintaan. Semakin besar jumlah penduduk di suatu daerah, semakin banyak permintaan terhadap suatu produk di daerah tersebut. Permintaan beras di Indonesia setiap tahun selalu meningkat, hal ini disebabkan karena jumlah penduduk semakin lama semakin bertambah, sehingga jumlah beras yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan mereka pun sernakin banyak.

BAB V PRODUKSI DAN PERILAKU PRODUSEN DALAM ISLAM

A. PENDAHULUAN

Kegiatan produksi merupakan mata rantai dari konsumsi dan distribusi. Kegiatan produksi ini akan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dikonsumsi oleh para konsumen sehingga tanpa produksi maka kegiatan ekonomi akan terhenti. Kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi ini harus sejalan dengan moral Islam yaitu untuk *meraih falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat).

Al-Quran telah meletakkan landasan yang kuat terhadap sistem produksi (QS. Al-Jumu'ah [62]: 10). Ayat ini menjelaskan tentang motivasi bagi umat Islam dalam melakukan berbagai aktifitas yang dapat memberikan penghasilan bagi mereka sehingga berbagai bentuk kegiatan halal dapat dilakukan oleh setiap manusia tak terkecuali produksi. Dalam Bahasa Arab, kata produksi disepadankan dengan beberapa kata, di antaranya kata *al-intaj* (oleh Abdurrahman Yusra Ahmad dalam bukunya *Muqaddimah fi 'Jim al-Iqtishad al-Islamiy*) dan kata *al-istishna'* (oleh Taqiyuddin an-Nabhani dalam bukunya *an-Nidzam al-Iqtishad fi al-Islam*).

Produksi berarti diciptakannya manfaat, produksi tidak diartikan sebagai menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, karena tidak seorang pun dapat menciptakan selain Allah. Yang dapat dilakukan oleh manusia hanyalah membuat barang-barang menjadi berguna, disebut sebagai "menghasilkan". Secara sederhana, produksi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menambah nilai guna (kegunaan) suatu barang dimana kegunaan barang tersebut akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula. Untuk tujuan ini, kegiatan produksi melibatkan banyak faktor produksi

Sebagaimana halnya dengan konsumen yang selalu ingin memuaskan kebutuhannya dengan cara yang paling efisien, maka produsen juga berusaha

memuaskan kebutuhannya dengan cara menghasilkan barang dengan biaya yang paling murah. Apa motif seorang muslim melakukan produksi, apa prinsip dasar dalam produksi, bagaimana pengorganisasian faktor-faktor produksi dan bagaimana perilaku produsen muslim dalam melakukan kegiatan produksinya?

B. MOTIF(TUJUAN) BERPRODUKSI DALAM ISLAM

Pada prinsipnya, kegiatan produksi, sebagaimana konsumsi, terikat sepenuhnya dengan syari'at Islam. Beberapa sarjana muslim telah memberikan penekanan atas karakteristik-karakteristik tertentu bagi kegiatan produksi yang Islami ini. Kahf (1995: 36) mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai suatu usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Sementara Mannan (1995: 54), menekankan pentingnya motif altruisme (*altruism*) bagi produsen, sehingga ia menyikapi dengan hati-hati konsep *Pareto Optimality* dan *Given Demand Hypothesis* yang banyak dijadikan konsep dasar produksi dalam ekonomi konvensional. Sedangkan Siddiqi (1996: 108) lebih menekankan pada pentingnya sikap produsen untuk berpegang kepada ide keadilan Islam, kebajikan (*mashlahah*) bagi masyarakat dan membatasi maksimalisasi keuntungan berdasarkan batas-batas yang telah ditetapkan.

Mengacu pada pemikiran al-Syatibi dan al-Ghazali, bahwa kebutuhan dasar manusia harus mencakup lima hal, yaitu terjaganya kehidupan beragama (*al-din*), terpeliharanya jiwa (*al-nafs*), terjaminnya berkreasi dan berkarya (*al-'aql*), terpenuhinya kebutuhan materi (*al-mal*), dan keberlangsungan keturunan (*al-nasf*), maka orientasi yang dibangun dalam melakukan produksi adalah tindakan yang seharusnya dilakukan oleh setiap pelaku ekonomi muslim dengan mengarahkan kegiatan produksinya untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang lima tersebut.

Pada dasarnya, produksi merupakan kegiatan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Oleh karena itu motif berproduksi dalam Islam harus sejalan dengan motif mengkonsumsi yaitu *mashlahah*, kebutuhan dan kewajiban. Tujuan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa dalam perspektif ekonomi Islam adalah mencari *mashlahah* maksimum, demikian pula produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna mencapai *mashlahah* tersebut. Dengan kata lain, tujuan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan *mashlahah* maksimum bagi konsumen (P3EI, 2008: 233). Islam lebih menekankan berproduksi demi untuk memenuhi kebutuhan orang banyak, bukan sekedar memenuhi kebutuhan segelintir orang yang memiliki kekayaan dengan daya beli yang tinggi. Karena itu dalam Islam, produksi yang surplus dan berkembang baik secara kuantitatif dan kualitatif, tidak dengan sendirinya mengindikasikan kesejahteraan bagi masyarakat jika produk tersebut hanya bisa didistribusikan untuk segelintir orang yang memiliki kekayaan.

Produksi dalam perspektif ekonomi Islam tidak berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya, meskipun mencari keuntungan juga tidak dilarang, sehingga produsen yang Islami tidak dapat disebut sebagai *profit maximizer*, sebaliknya optimalisasi *mashlahah* harus menjadi tujuan produksi. Kegiatan produksi dalam ekonomi Islam berarti suatu bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber daya yang diperbolehkan dan melipatgandakan *income* untuk mewujudkan *mashlahah* (kesejahteraan) bagi masyarakat, menopang eksistensi serta ketinggian derajat. Dengan demikian target kegiatan produksi adalah untuk kepentingan manusia yang sejalan dengan moral Islam. Produsen bukan hanya mencari keuntungan maksimum, sebagaimana dalam kapitalisme, namun lebih luas dari itu

Secara lebih spesifik tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk antara Jain (Siddiqi, 1996: 16-32):

1. Memenuhi kebutuhan hidup manusia secara sederhana
2. Memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan masyarakat
3. Memenuhi kebutuhan jangka panjang (kebutuhan barang/jasa dimasa depan)
4. Menyediakan kebutuhan bagi generasi mendatang
5. Memberikan bantuan (sarana) sosial di jalan Allah.

Tujuan pertama dari produksi adalah pemenuhan kebutuhan hidup manusia pada tingkat sederhana. Tujuan ini akan menimbulkan dua implikasi. *Pertama*, produsen hanya akan menghasilkan barang dan jasa yang rnenjadi kebutuhan (*need*) bukan keinginan (*want*) dari konsumen. Barang dan jasa yang dihasilkan harus memiliki manfaat riil bagi kehidupan yang Islami, bukan sekedar memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen. Karenanya, prinsip *costumer satisfaction* yang banyak dijadikan pegangan produsen kapitalis tidak dapat diimplementasikan begiru saja. *Kedua*, kuantitas produksi tidak akan berlebihan, tetapi hanya sebatas kebutuhan yang wajar. Produksi barang dan jasa secara berlebihan tidak saja seringkali menimbulkan mis-alokasi sumber daya ekonomi dan kemubaziran (*wastage*), tetapi juga menyebabkan terkurasnya sumber daya ekonomi ini secara cepat.

Meskipun produksi hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia tidak berarti bahwa produsen sekedar bersikap reaktif terhadap kebutuhan konsumen. Produsen harus proaktif, kreatif dan inovatif menemukan berbagai barang dan jasa yang memang dibutuhkan oleh manusia. Sikap proaktif ini juga harus berorientasi kedepan (*future view*), dalam arti: *pertama*, menghasilkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan masa mendatang; *kedua*: menyadari bahwa sumber daya ekonomi, baik *natural resources* atau *non natural resources*, tidak hanya diperuntukkan bagi manusia yang hidup sekarang tetapi juga generasi mendatang.

Tujuan terakhir, yaitu pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah sebenarnya merupakan tujuan produksi yang paling orisinil dari ajaran Islam. Selain untuk pemenuhan kebutuhan manusia sendiri, produksi harus berorientasi kepada kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah. Tujuan ini akan

membawa implikasi yang luas, sebab produksi tidak akan selalu menghasilkan keuntungan material. Ibadah seringkali tidak secara langsung memberikan keuntungan material, bahkan sebaliknya justru membutuhkan pengorbanan material. Kegiatan produksi tetap harus berlangsung meskipun ia tidak memberikan keuntungan materi, sebab ia akan memberikan keuntungan yang lebih besar berupa pahala di akhirat nanti (Lihat: P3EI, 2008: 233-235).

Mashlahali maximization vs profit maximization

Dua hal inilah yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional dalam masalah produksi. Ekonomi konvensional menjadikan *profit maximization* sebagai rujukan dari aktivitas produksi, bahkan beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat keuntungan sebuah perusahaan menjadi parameter status dan kekuatan perusahaan tersebut. Berbeda dengan ekonomi Islam yang menjadikan *mashlahah maximization* sebagai rujukan aktivitas produksinya, baik *mashlahah* bagi produsen, konsumen maupun *mashlahah* sosial.

Melalui aktifitas produksi, produsen berusaha mencari *mashlahah* maksimum, sehingga dalam ekonomi Islam seorang produsen bukanlah pemburu laba maksimal (*profit maximizer*) melainkan pemburu *mashlahah* maksimal (*mashlahah maximizer*). Motivasi untuk memaksimalkan keuntungan sering kali menyebabkan produsen mengabaikan etika dan tanggung jawab sosialnya, sebaliknya motivasi *mashlahah* akan senantiasa membentengi seorang muslim dari tindakan menghalalkan segala cara guna mencapai keuntungan yang maksimal tersebut. Sindikat narkoba dan *illegal logging* adalah contoh nyata pengabaian dan pelanggaran nilai-nilai etika dan agama dalam berproduksi, motif memaksimalkan keuntungan telah membuat produsen menghalalkan kedua hal tersebut.

Sebagaimana formulasi *mashlahah* bagi konsumen (BAB III), formulasi *mashlahali* bagi produsen juga mengandung dua komponen, yaitu manfaat dan

berkah. Namun dalam konteks produsen yang menaruh perhatian pada keuntungan (*profit*), maka manfaat dapat berupa keuntungan material (*maf*) yang juga bisa digunakan untuk *mashlahab* lainnya seperti *mashlahah* fisik, intelektual maupun sosial. Dengan demikian, *mashlahah* bagi produsen dapat diformulasikan sebagai keuntungan ditambah dengan berkah, yang dapat diruliskan sebagai berikut (P3EI, 2008: 243):

$$M = D + B \quad \text{di mana} \quad \begin{array}{l} M = \textit{mashlahah} \\ D = \textit{keuntungan} \\ B = \textit{berkah} \end{array}$$

C. PRINSIP DASAR PRODUKSI DALAM EKONOMI ISLAM

Manusia sebagai faktor produksi, dalam pandangan Islam, harus dilihat dalam konteks fungsi manusia secara umum sebagai khalifah Allah di muka bumi. Sebagai makhluk Allah yang paling sempurna, manusia memiliki unsur rohani dan unsur materi yang keduanya saling melengkapi. Karenanya unsur rohani tidak dapat dipisahkan dalam mengkaji proses produksi dalam hal bagaimana manusia memandang faktor-faktor produksi menurut cara pandang al-Qur'an dan Sunnah. Kedua sumber hukum tersebut telah memberikan arahan mengenai prinsip-prinsip produksi sebagai berikut (Mustafa Edwin dkk, 2007: 10-11)

1. Tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah Allah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalnya. Allah menciptakan bumi dan langit beserta yang ada di antara keduanya karena sifat *Rahman* dan *Rahim-Nya* kepada manusia. Karenanya sifat tersebut juga harus melandasi aktivitas manusia dalam memanfaatkan bumi dan langit beserta segala isinya (QS. al-Baqarah [2]: 30)
2. Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi. Menurut Yusuf Qardhawi, Islam membuka lebar penggunaan metode ilmiah yang didasarkan pada penelitian, eksperimen, dan perhitungan. Akan tetapi Islam tidak

membenarkan penguasaan terhadap hasil karya ilmu pengetahuan dalam arti melepaskan dirinya dari Al-Quran dan Hadits.

3. Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia, karena sabda Nabi: *Dari Anas bahwasanya Nabi Muhammad SAW bersabda: kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian* (HR. Muslim).
4. Dalam berinovasi dan bereksperimen pada prinsipnya agama Islam menyukai kemudahan, menghindari *ke-mudharat-an* dan memaksimalkan manfaat. Islam tidak membiarkan segala urusan berjalan dalam kesulitannya, karena pasrah kepada keberuntungan atau kesiajaan atau karena berdalih dengan ketetapan dan ketentuan Allah. Tawakal dan sabar adalah konsep penyerahan hasil kepada Allah sebagai pemilik hak prerogatif yang menentukan segala sesuatu setelah segala usaha dan persyaratan dipenuhi dengan optimal.

Sementara itu, Hendrie Anto (2003: 156-7) menjelaskan bahwa dari pengertian produksi seperti dalam perspektif Islam akan membawa implikasi yang mendasar bagi kegiatan produksi dan perekonomian secara keseluruhan, yaitu:

- I. Seluruh kegiatan produksi terikat pada tatanan nilai moral dan teknik yang Islami.

Kegiatan mengorganisir faktor produksi, proses produksi sampai pemasaran dan pelayanan semuanya harus mengikuti moralitas Islam. Metwally mengatakan, "Perbedaan dari perusahaan-perusahaan non Islami tak hanya pada tujuannya, tetapi juga pada kebijakan-kebijakan ekonomi dan strategi pasarnya" Misalnya, produksi barang dan jasa yang dapat merusak nilai-nilai moralitas dan menjauhkan manusia dari nilai-nilai religius tidak akan diperbolehkan. Demikian pula segala aktifitas industri dan semua mata rantainya yang dapat menurunkan nilai kemanusiaan atau yang dilakukan semata-mata untuk mencari keuntungan ekonomi-material semata. Misalnya, memproduksi alkohol/khamar dan sejenisnya tentu saja tidak akan pernah dilakukan oleh produsen. Larangan ini juga berlaku bagi segaJa mata rantai dalam produksi. Demikian juga mereka tidak akan memproduksi barang dan

jasa yang sekedar menjadi sarana pemuas nafsu dari pada konsumen. Produksi akan dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan riil dalam skala prioritas yang konsisten.

2. Kegiatan produksi harus memperhatikan aspek sosial-kemasyarakatan

Sistem ekonomi Islam memiliki komitmen yang jauh lebih besar terhadap kesejahteraan masyarakat dibandingkan dengan sistem konvensional. Kegiatan produksi harus menjaga nilai-nilai keseimbangan dan harmoni dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup dalam masyarakat, sehingga terdapat keselarasan dengan membangun masyarakat dalam skala yang lebih luas. Selain itu masyarakat juga berhak menikmati hasil produksi secara memadai dan berkualitas. Jadi, produksi bukan hanya menyangkut kepentingan para produsen (stock holders) saja, tetapi tuga kepada masyarakat secara keseluruhan (stack holders). Sesungguhnya pemerataan manfaat dan keuntungan produksi bagi keseluruhan masyarakat dan dilakukan dengan cara yang paling baik merupakan tujuan utama kegiatan ekonomi

3. Permasalahan ekonomi muncul bukan saja karena kelangkaan (*scarsity*) saja tetapi lebih kompleks.

Masalah ekonomi muncul bukan karena adanya kelangkaan sumber daya ekonomi untuk pemenuhan kebutuhan manusia saja. Tetapi tuga disebabkan oleh kemalasan (*lazynes*) dan pengabaian optimalisasi (*idlenees*) segala anugerah Allah, baik dalam bentuk sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Sikap tersebut dalam al-Qur'an sering disebut sebagai kedzaliman/aniaya (*appression*) atau pengingkaran terhadap nikmat Allah. Hal ini akan membawa implikasi bahwa prinsip produksi bukan sekedar efisiensi, tetapi secara luas adalah bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya ekonorni dalam kerangka pengabdian kepada Allah.

D. FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

Islam menggambarkan peranan manusia dalam alam semesta atas dasar tiga masalah pokok, yaitu (al-'Assal, 1999: 127):

1. Allah menciptakan alam sesuai dengan aturan-aturan dan hukum-hukum.
2. Allah memerintahkan alam semesta tunduk kepada manusia, berupa apa saja yang ia butuhkan dalam usahanya untuk hidup dan kelangsungan kehidupannya dari alam ini.
3. Bekerjadan berusaha merupakan fitrah dan watak manusia.

Dengan demikian, produksi adalah fitrah manusia dan merupakan bagian dari hukum Allah, guna menopang dan mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi yang terdapat di alam semesta ini. Segala jenis *input* yang masuk dalam proses produksi untuk menghasilkan *output* disebut sebagai faktor produksi

Dalam memproduksi dibutuhkan faktor-faktor produksi artinya produksi hanya bisa dilakukan dengan menggunakan faktor produksi tersebut. Tidak terdapat perbedaan sudut pandang tentang apa yang menjadi faktor-faktor produksi dalam pandangan ekonomi umum dengan pandangan ekonomi Islam, perbedaan keduanya terdapat pada perlakuan faktor-faktor produksi tersebut. Pada umumnya faktor produksi ini terdiri atas alam, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan. Keempat faktor produksi itu bekerjasama satu dengan lainnya untuk menghasilkan barang dan jasa.

1. Sumber Daya Alam

Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang terdapat dipermukaan bumi seperti tanah, gunung, hutan; dibawah permukaan bumi seperti bahan tambang dan kekayaan laut, dan diatas permukaan bumi seperti hujan, angin, iklim, geografi dan sebagainya. Dalam berbagai rujukan, sumber daya alam sering disebut dengan istilah tanah, dalam hal ini tanah mengandung arti yang luas

termasuk semua sumber yang kita peroleh dari udara, laut dan darat, sampai dengan keadaan geografi, angin dan iklim. Berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah dapat diketahui berbagai sumber produksi yang terdapat di permukaan tanah, yang terkandung di dalamnya dan yang berada di atasnya, yaitu:

- a. Bumi (permukaan tanah) (QS. al-Baqarah [2]: 36)
- b. Mineral (QS. al-Hadid [57]: 25)
- c. Gunung (QS. al-Hijr [15]: 19-20)
- d. Ruten (QS. an-Nur [24]: 35) (QS. al-Mukminun [23]: 20)
- e. Hewan (QS. an-Nahl [16]: 5-8)
- f. Iklim dan hujan (Q.S. an-Nahl [16]: 10-11)

2. Sumber Daya Manusia (tenaga kerja)

Sumber daya manusia meliputi segala usaha dan ikhtiar yang dilakukan oleh anggota tubuh atau pikiran untuk mendapatkan imbalan yang pantas, termasuk semua jenis kerja yang dilakukan fisik maupun pikiran. Kualitas sumber daya manusia atau *skill* seorang tenaga kerja bergantung kepada:

- a. Kesehatan fisik (Q.S. Al-Qashash [28]: 26)
- b. Kesehatan moral (Q.S. Al-Qashash [28]: 26)
- c. Kesehatan mental/akal pikiran (QS. Yusuf [12]: 55)
- d. Pendidikan dan latihan (QS. al-Baqarah [2]: 269)

Dalam ekonomi Islam, karakter penting tenaga kerja dibandingkan dengan faktor produksi yang lain adalah karena mereka manusia, sehingga nilai-nilai kemanusiaan harus diperhatikan, seperti bagaimana menghargai unsur-unsur keadilan, kejiwaan, moralitas dan unsur lainnya dari tenaga kerja

3. Modal

Modal merupakan aset yang digunakan untuk membantu distribusi aset yang berikutnya (QS. Ali Imran (3): 14)

4. Kewirausahaan (*entrepreneurship*)

Tiga faktor produksi di atas (SDA, SOM, dan modal) tidak akan memberikan manfaat tanpa kewirausahaan yang akan mengorganisir ketiga faktor tersebut. Wirausaha pada dasarnya dapat dikatakan sebagai motor penggerak kegiatan produksi. Kegiatan produksi berjalan karena adanya gagasan, adanya upaya, dan adanya motivasi untuk mendapatkan manfaat sekaligus bersedia menanggung segala resiko dari para wirausahawan ini. Meskipun sama-sama manusia, wirausahawan tentu saja berbeda dengan tenaga kerja. Tenaga kerja pada dasarnya hanyalah alat produksi, dalam arti hanya menjalankan kegiatan produksi sebagaimana fungsinya. Dalam pengertian fungsional tenaga kerja mungkin dapat digantikan dengan mesin, tetapi hal ini tidak dapat dilakukan terhadap seorang usahawan

5. MASLAHAH???????????

E. PERILAKU PRODUSEN ISLAMI

Anggapan bahwa motivasi utama bagi produsen adalah mencari keuntungan material secara maksimal dalam ekonomi konvensional sangatlah dominan, meskipun kemungkinan juga masih terdapat motivasi lainnya. Strategi, konsep dan teknik berproduksi semuanya diarahkan untuk mencapai keuntungan maksimum baik dalam jangka pendek (*short run profit*) atau jangka panjang (*long run profit*). Motivasi untuk mencari keuntungan maksimal ini seringkali menyebabkan produsen mengabaikan etika dan tanggung jawab sosialnya meskipun mungkin tidak melakukan pelanggaran hukum formal. Berbeda dalam pandangan ekonomi Islam, motivasi produsen semestinya sejalan dengan tujuan produksi dan tujuan kehidupan produsen itu sendiri. Jika tujuan produksi adalah menyediakan kebutuhan materiil dan spritual untuk menciptakan *mashlahah*, maka motivasi produsen tentu saja juga mencari *mashlahah*, dimana hal ini juga sejalan dengan tujuan hidup seorang muslim. Dengan demikian, produsen dalam

pandangan Islam adalah *mashlahan maximizer*. Mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis lain memang tidak dilarang sepanjang berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. (P3EI, 2008: 238-9).

Produksi yang berorientasi jangka panjang ini adalah sebuah paradigma berpikir yang didasarkan pada ajaran Islam yang melihat bahwa proses produksi dapat menjangkau makna yang lebih luas, tidak hanya pencapaian aspek yang bersifat materi-keduniaan tetapi sampai menembus batas cakrawala yang bersifat rohani-keakhiratan. Monzer Kahf (1995) menjelaskan bahwa tingkat keshalehan seseorang mempunyai korelasi positif terhadap tingkat produksi yang dilakukannya. Jika seseorang semakin rneningkat nilai keshalehannya maka nilai produktifitasnya juga semakin meningkat, begitu juga sebaliknya jika keshalehan seseorang itu dalam tahap degradasi maka akan berpengaruh pula pada pencapaian nilai produktifitas yang menurun. Sebagai contoh, seorang yang senantiasa terjaga untuk selalu menegakkan shalat berarti ia telah dianggap shaleh. Dalam posisi seperti ini, orang tersebut telah rnerasakan tingkat kepuasan batin yang tinggi dan secara psikologi jiwanya telah rnegalarni ketenangan dalam rnenghadapi setiap pennasalahan kehidupannya. Hal ini akan berpengaruh secara positif bagi tingkat produksi yang berjangka pendek, karena dengan hati yang tenang dan tidak ada gangguan-gangguan dalam jiwanya ia akan melakukan aktifitas produksinya dengan tenang pula dan akhirnya akan dicapai tingkat produksi yang diharapkannya.

Selama ini, kesan yang terbangun dalam pikiran mayoritas pelaku ekonomi -apalagi mereka yang berlatar belakang konvensional- melihat bahwa keshalehan seseorang rnerupakan hambatan dan perintang unruk melakukan aktifitas produksi. Orang yang shaleh dalam pandangannya terkesan sebagai sosok pemalas yang waktunya hanya dihabiskan untuk beribadah dan tidak jarang menghiraukan aktifitas ekonomi yang dijalannya, sehingga muncul pemikiran negatif terhadap nilai keshalehan tersebut karena hanya akan membawa kerugian (*loss*) bagi aktifitas ekonomi. Logika berpikir seperti ini adalah salah dan perlu

diluruskan dengan mengacu pada nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam, baik yang termaktub dalam al-Our'an ataupun Sunnah.

Akhlak merupakan hal yang utama dalam produksi yang harus diperhatikan kaum muslimin, baik secara individu maupun secara bersama-sama, yaitu bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah dan tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya (Yusuf Qardhawi, 1997: 169). Produsen muslim dilarang memproduksi barang yang haram, ia dilarang berbuat mudharat bagi dirinya maupun masyarakat dengan produk yang dibuatnya. Segala sesuatu yang menyibukkan pada hal yang sia-sia dan merusak akidah dan akhlak, mendekatkan kepada kebatilan dan menjauhkan dari ketaatan, serta mendekatkan kepada dunia dan menjauhkan dari akhirat, dilarang dalam Islam.

Secara lebih terperinci, Yusuf Qardhawi (1997: 180-9) menjelaskan bahwa nilai moral yang menjadi motif berperilaku seorang produsen adalah keutamaan mencari nafkah, menjaga sumber daya alam, profesional dan berusaha pada sektor yang halal. Sementara itu, Metwally (1995) menambahkan bahwa di samping produksi harus dilakukan untuk barang halal, juga produksi harus dilakukan dengan manajemen yang halal dan strategi pemasaran yang tidak memberikan kemudharatan pada umat. Dengan demikian, masalah barang apa yang akan diproduksi, bagaimana memproduksinya, seberapa banyak barang tersebut diproduksi, untuk siapa barang tersebut diproduksi, yang merupakan pertanyaan umum dalam teori produksi harus merujuk pada motif berproduksi yang telah ditentukan dalam Islam.

Dalam ekonomi konvensional, siapa saja diberikan kebebasan untuk berproduksi, namun produksi cenderung lebih terkonsentrasi pada barang yang memang menjadi permintaan pasar, dimana kebutuhan riil masyarakat tidak dapat begitu saja mempengaruhi prioritas produksi. Dalam Islam, setiap individu juga diberi kebebasan untuk melakukan kegiatan produksi. Tetapi berdasarkan pertimbangan kemaslahatan, dalam mengambil keputusan produsen tidak hanya berpedoman pada permintaan pasar, karena hal ini tidak cukup memberikan data.

Faktor kebutuhan masyarakat, kelestarian lingkungan, moralitas dan lain-lain juga menjadi pertimbangan bagi produsen muslim. Sehingga bisa jadi pilihan untuk memproduksi suatu barang yang menurut konvensional tidak akan memberikan keuntungan maksimal, tetapi menurut Islam hal tersebut akan memberikan *mashlahah* maksimal.

Penolakan Terhadap *Pareto Optimality* dan *Given Demand Hypothesis*

Mannan (1992, 120-122) menyebutkan bahwa kegiatan ekonomi dalam perspektif Islam bersifat altruistik (memperhatikan kepentingan orang lain). Sifat altruistik bukan berarti terlalu mementingkan orang lain sehingga menelantarkan diri sendiri, tetapi terikat dengan ketentuan dalam al-Qur'an dan hadist. Secara umum Islam menekankan keseimbangan antara sifat mementingkan orang lain dan memperhatikan kepentingan diri sendiri. Adanya perilaku altruistik inilah yang menyebabkan produsen tidak dapat hanya mengejar keuntungan maksimum saja, sebagaimana dalam kapitalisme. Produsen harus mengejar tujuan yang lebih luas sebagaimana tujuan ajaran Islam yaitu *mencapai fa'alah* di dunia dan akhirat

Sebagai konsekuensi altruisme dalam produksi ini maka terdapat dua konsep ekonomi konvensional yang perlu mendapatkan perhatian yang serius, karenanya tidak dapat diterapkan begitu saja. Konsep ini yaitu *pareto optimality* dan *given demand hypothesis*.

I. Pareto Optimality

Pareto optimality merupakan kriteria efisiensi (efisiensi alokatif) yang dicetuskan oleh seorang sosiolog dan ekonom Itali yang bernama V. Pareto. Kriteria Pareto ini menyatakan bahwa efisiensi alokatif akan terjadi bila tidak lagi dilakukan re-organisasi produksi sedemikian rupa sehingga masing-masing pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi (produsen• konsumen) merasa lebih sejahtera (*better off*). Oleh karena itu, pada keadaan

efisiensi alokatif ini *utility* (kepuasan) seorang dapat ditingkatkan hanya dengan menurunkan *utility* orang lain.

Produksi yang bersifat altruistik, sebagaimana dalam pandangan Islam, tidak dapat secara sederhana menerima kriteria efisiensi Pareto ini sebagai kriteria efisiensi produksi dalam masyarakat muslim. Hal ini terutama ketika kondisi distribusi kekayaan dan pendapatan masyarakat tidak merata. Secara teoritis kriteria *pareto optimum* mengabaikan masalah distribusi kekayaan dan pendapatan. Dalam kondisi ini, *pareto optimality* hanya akan menunjukkan bahwa kesejahteraan yang dirasakan oleh kelompok masyarakat kaya lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok miskin. Padahal, ajaran Islam memiliki komitmen yang tinggi terhadap kelompok miskin.

2. *Given Demand Hypothesis*

Karena keterkaitannya pada nilai-nilai ke-Islaman dan sifat altruistiknya, maka produsen tidak harus selalu merespon segala permintaan konsumen atau *given demandcondition*. *Given demandcondition* belum tentu sejalan dengan tujuan dari produksi Islami, sebab kemungkinan konsumen akan meminta apa saja yang menurutnya memberikan kepuasan maksimum. Perilaku konsumen yang seperti ini terutama muncul dalam masyarakat yang tidak dituntun oleh nilai-nilai ke-Islaman, tetapi oleh nilai-nilai utilitarianisme (sebagaimana kita ketahui dari teori konsumsi dalam ilmu ekonomi konvensional). Sebagai contoh, adanya permintaan pasar akan produksi *khamr* atau penyediaan fasilitas perjudian. Meskipun produksi *khamr* ini dapat memberikan potensi keuntungan yang besar bagi produsen tetapi tidak boleh dilakukan, sebab barang tersebut dilarang (haram) oleh ajaran islam. Produsen tidak boleh sekedar merespon permintaan pasar begitu saja (*as-given*).

Dalam perspektif Islam, produksi harus dilakukan untuk merespon apa yang benar-benar secara nyata menjadi kebutuhan dari konsumen atau *riel needs* manusia. Kebutuhan seperti inilah yang akan membentuk permintaan

efektif (*effective demand*) sehingga harus disediakan oleh para produsen. Untuk itu, produksi tidak saja harus hanya menghasilkan barang dan jasa yang diperbolehkan oleh ajaran Islam dan dibutuhkan masyarakat, bahkan mungkin harus menyusun prioritas-prioritas produksi sesuai dengan urgensi pemenuhan kebutuhan itu. Misalnya, produsen dalam suatu masyarakat yang memiliki tingkat perekonomian rendah (miskin) dan distribusi pendapatan yang timpang tentu saja tidak akan memproduksi barang dan jasa yang bersifat mewah (*luxury*), sebab masyarakat banyak belum membutuhkan barang dan jasa tersebut. Akan lebih bermanfaat jika produsen memproduksi barang dan jasa primer (*dharuriyyah*) yang dapat menunjang perkembangan perekonomian menuju tingkatan yang lebih tinggi. Dengan kata lain, produsen harus bersikap pro aktif –bukan sekedar reaktif- dalam penyediaan barang dan jasa. sehingga terjadi aksi reaksi yang dinamis antara *supply* produsen dengan *demand* konsumen. Hal ini adalah sebuah asumsi baru tentang perilaku produsen• konsumen, berbeda dengan teori konvensional yang mengasumsikan bahwa konsumenlah yang lebih tahu apa yang diinginkannya, sehingga produsen hanya merespon permintaan konsumen apa adanya (*given demand*). Dalam hal kebutuhan, asumsi ini tentu tidak selalu benar. Banyak konsumen yang tidak tahu/menyadari adanya sebuah kebutuhan bagi dirinya, sehingga harus ada pihak lain (misalnya produsen) yang membantu menyadarkan akan kebutuhan ini.

Kemampuan produsen untuk mempengaruhi permintaan pasar merupakan keniscayaan. Dalam perekonomian modern, produsen (terutama produsen besar) dapat mempengaruhi dan mengarahkan permintaan konsumen di pasar. Hal ini dilakukan dengan cara promosi yang agresif dan atraktif, atau berkolusi dengan agen-agen pemerintah yang memiliki kekuasaan untuk mengatur kebijakan ekonomi. Demi untuk memaksimalkan keuntungannya, terkadang perusahaan-perusahaan tersebut memanipulasi informasi dalam promosi sedemikian rupa, sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produknya. Kolusi dengan agen pemerintah seringkali dilakukan dengan

sangat transparan dan tidak etis, dan tentu saja mengabaikan prinsip-prinsip produksi yang sehat.

Tentu saja ekonomi Islam tidak menyarankan menempuh langkah-langkah manipulatif, sebab Islam merupakan ajaran yang lurus dalam segala hal (asumsi, kepercayaan, tujuan, sistem, nilai-nilai sosial ekonomi). Ajaran ini harus diaplikasikan oleh produsen maupun konsumen. Mereka tidak diperkenankan mendistorsi satu nilai dengan nilai lainnya, dan memiliki tugas secara bersama untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Untuk itu perlu dilakukan sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai ke-Islaman ini melalui berbagai pendekatan, misalnya melalui pendidikan, penyusunan dan penerapan kode etik - moral bisnis, hingga campur tangan pemerintah seperlunya serta pengawasan dari publik.

BAB VI PENAWARAN DALAM ISLAM

A. PENDAHULUAN

Seperti halnya pada permintaan yang dirurunkan dari fungsi konsumsi, maka teori penawaran hakikatnya adalah derivasi dari perilaku individu-individu yang berperan sebagai produsen dalam analisa biayanya. Perilaku penawaran merupakan salah satu perilaku ekonomi yang mendominasi dalam praktek ekonorni mikro. Itulah sebabnya pembahasan mengenai penawaran ditinjau dari segi determinasi harga terhadap penawaran selalu menjadi pokok kajian dalam ilmu ekonorni.

Dalam memanfaatkan alam yang telah diciptakan Allah, manusia dilarang melakukan kerusakan. Larangan tersebut memberi arahan nilai dan panduan moral bagi manusia dalam memproduksi. Di samping itu, manusia juga dilarang menghasilkan produk-produk yang apabila dikonsumsi akan menimbulkan kerusakan, baik rusaknya kesehatan, mental ataupun akhlak, seperti narkoba, minuman keras, dan lain-lain. ilai dan moral yang mengatur produksi ini tentu saja berpengaruh terhadap fungsi penawaran barang dan jasa.

Bagaimana konsep penawaran dalam ekonomi Islam, bagaimana pengaruh zakat terhadap penawaran, dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penawaran dalam ekonorni Islam?

B. HOKUM PENAWARAN DAN TEORIPENAWARAN

Penawaran merupakan akumulasi barang dan jasa yang ada di pasar yang pergerakannya dipengaruhi oleh harga. Secara eksplⁱit: penawaran diartikan dengan banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu,

pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Seperti halnya dengan permintaan, maka dalam teori penawaran juga dikenal apa yang dinamakan jumlah barang yang ditawarkan dan penawaran. Dengan kata lain, penawaran merupakan gabungan seluruh jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, periode tertentu dan pada berbagai macam tingkat harga tertentu.

Penawaran barang atau jasa didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk menjualnya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu. Perhatikan bahwa perbedaan definisi penawaran dengan permintaan hanya terletak pada satu suku kata. Jika permintaan menggunakan kata membeli, maka penawaran menggunakan kata menjual. Seperti dalam permintaan, analisis penawaran juga mengasumsikan suatu periode waktu tertentu dan bahwa faktor-faktor penentu penawaran selain harga barang tersebut dianggap tidak berubah atau konstan (*ceteris paribus*) (Mustafa Edwin dkk, 2007: 89).

Hukum Penawaran

Bila beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penawaran seperti pendapatan, biaya produksi, harga barang substitusi, jumlah produsen dan ekspektasi masa depan dianggap tetap, maka penawaran hanya ditentukan oleh harga barang tersebut. Hal ini berarti besar kecilnya perubahan penawaran ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Dalam kondisi ini, berlaku perbandingan lurus antara harga terhadap penawaran. Hal inilah yang dikenal dengan hukum penawaran.

Sudah menjadi teori umum bahwa jumlah penawaran akan meningkat ketika harga di pasar pun meningkat, dan begitu sebaliknya, ketika harga turun maka jumlah penawaran akan ikut menurun. Determinasi harga terhadap penawaran ini akan menghasilkan hukum penawaran, dengan mengasumsikan faktor-faktor yang mempengaruhinya dianggap tetap *ceteris paribus*.

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik (P ↑), maka penawaran akan meningkat (Q ↑), sebaliknya apabila harga turun (P' -) penawaran akan turun (Q' -).

Berdasarkan hukum di atas dapat dipahami bahwa penawaran produsen/penjual di pasar dipengaruhi oleh harga. Kenaikan harga akan meningkatkan penawaran, dan sebaliknya penurunan harga akan menurunkan penawaran. Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga barang adalah hubungan searah, jika harga barang tinggi maka akan lebih banyak orang yang melihat potensi mendapatkan keuntungan dengan menjual barang yang diproduksi atau dimilikinya, sehingga jumlah penawaran barang tersebut menjadi tinggi. Sebaliknya apabila harga barang turun, maka jumlah penawaranpun turun, artinya lebih sedikit orang yang dapat memperoleh keuntungan dari harga yang rendah, hal ini berakibat pada berkurangnya jumlah penawaran di pasar. Dengan demikian akan dapat diketahui seberapa besar pengaruh perubahan harga terhadap perubahan penawaran produsen/penjual. Keadaan ini dapat digambarkan pada tabel berikut:

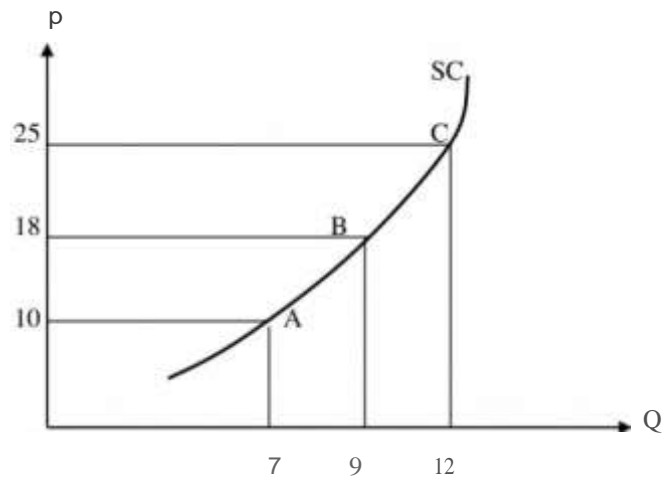
Tabel: Tingkat harga di pasar dan jumlah barang yang ditawarkan dalam periode tertentu berdasarkan hukum penawaran

Harga (P)	Kuantitas yang Ditawarkan (Q)	Titik / Periode
25	12	A
18	9	B
10	7	C

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya perubahan penawaran sebagai akibat dari berubahnya harga tidaklah sama dari suatu titik ke titik berikutnya. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dibuat kurva yang biasa dikenal dengan 'kurva penawaran'. Kurva penawaran merupakan representasi grafis dari hubungan antara harga suatu barang dengan kuantitas barang yang

ditawarkan oleh seseorang dengan mengasumsikan bahwa seluruh faktor lain tidak berubah (*ceteris paribus*).

Gambar: Kurva penawaran yang menghubungkan antara harga dan penawaran



Kurva ini merepresentasikan hukum penawaran dimana jika harga turun dari 25 menjadi 10, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang ditawarkan akan menurun dari 12 menjadi 7. Kurva penawaran ini menunjukkan bahwa pergerakan kurva terjadi dari kiri bawah ke kanan atas atau sebaliknya dari kanan atas ke kiri bawah. Berdasarkan kondisi ini maka kurva penawaran memiliki kemiringan/ *slope* positif. Hal ini terjadi karena hubungan lurus antara penawaran dengan harga. Pergerakan dari titik A ke titik C pada kurva penawaran di atas hanya berlaku bila semua yang mempengaruhi permintaan selain harga di anggap tetap (*ceteris paribus*).

Teori Penawaran

Hukum penawaran tersebut menunjukkan adanya hubungan antara penawaran dengan harga, sedangkan bila penawaran yang menentukan harga, maka disebut teori penawaran (tanpa asumsi *seteris paribus*). Teori penawaran ini akan mengatakan jika jumlah barang yang ditawarkan sangat banyak, maka harga barang tersebut cenderung turun. Sebaliknya, bila jumlah penawaran barang tersebut relatif sedikit, maka harga barang akan cenderung naik. Teori ini dapat dijelaskan, jika pada suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif sangat banyak, maka:

1. barang yang tersedia di pasar dapat memenuhi semua permintaan, sehingga untuk mempercepat penjualan produsen akan menurunkan harga jual produk tersebut
2. Penjual akan berusaha untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan cara secepat mungkin dengan memperbanyak jumlah penjualan produknya (mengandalkan *turn over* yang tinggi).

Sebaliknya, jika suatu pasar terjadi penawaran suatu produk relatif sedikit, maka yang terjadi adalah harga akan naik. Keadaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. barang yang tersedia pada produsen relatif sedikit, sehingga manakala jumlah permintaan stabil, maka produsen akan berusaha menjual produknya dengan menaikkan harga jualnya
2. Produsen/penjual hanya akan meningkatkan keuntungannya dari menaikkan harga,

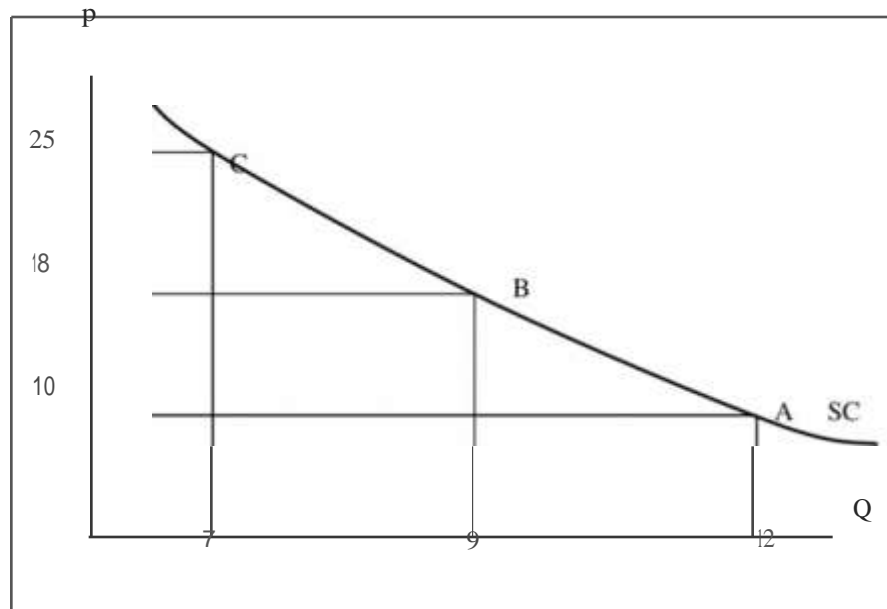
Berdasarkan teori penawaran di atas, diketahui bahwa penawaran barang oleh produsen/penjual akan mempengaruhi harga barang di pasar. Dengan demikian akan dapat diketahui seberapa besar perubahan penawaran terhadap perubahan harga. Keadaan ini dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel: Jumlah barang yang ditawarkan dan tingkat harga di pasar dalam periode tertentu berdasarkan teori penawaran

Kuantitas yang Ditawarkan (Q)	Tingkat Harga (P)	Titik / Periode
12	10	A
9	18	B
7	25	C

Berdasarkan tabel di atas dapat dibaca, bahwa bila jumlah barang yang ditawarkan semakin sedikit, maka harga semakin naik (mahal), sebaliknya bila jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak, maka harga semakin turun (murah). Bila digambarkan grafiknya akan diperoleh kurva sebagai berikut:

Gambar: Kurva yang menghubungkan antara penawaran dan harga



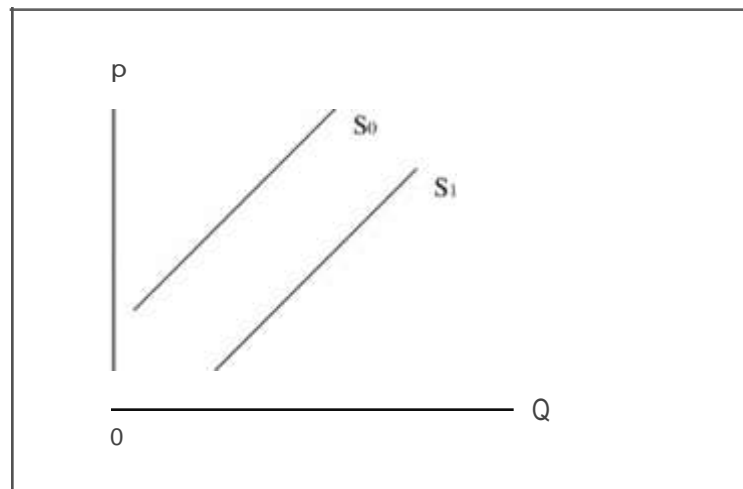
Kurva ini merepresentasikan teori penawaran dimana jika penawaran terhadap barang naik dari 7 menjadi 12, maka harga barang akan turun dari 25 menjadi 10. Kurva ini menunjukkan bahwa pergerakan kurva terjadi dari kiri atas ke kanan bawah dan sebaliknya, sehingga kemiringan/slope-nya negatif. Hal ini terjadi karena hubungan terbalik antara penawaran dengan harga.

Konsep Islam tentang penawaran

Berdasarkan sejarah penciptaan manusia diketahui bahwa bumi dan manusia tidak diciptakan secara bersamaan. Bumi berevolusi sedemikian rupa sampai suatu saat segalanya siap untuk manusia. Allah SWT mempersiapkan bumi untuk kepentingan manusia (QS. Ibrahim 114]: 32-4), sehingga dalam memberdayakannya manusia dilarang melakukan kerusakan. Larangan tersebut berpengaruh pada fungsi penawaran barang dan jasa. Misalnya, apabila suatu produksi menyebabkan pencemaran lingkungan maka biaya pemulihan lingkungan dan sosial tersebut harus dihitung dalam biaya produksi sehingga biaya meningkat dan penawaran akan berkurang. Akibatnya kurva penawaran akan bergeser ke kiri.

Di samping itu, secara spesifik, untuk barang dan jasa yang menjadi kebutuhan dasar masyarakat, jumlah penawarannya tentu akan memiliki batas minimum karena fungsi negara memastikan terpenuhinya kebutuhan dasar tersebut, sehingga negara harus berusaha agar jumlah penawaran tidak berada di bawah titik minimum, karena akan mengancam pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Akibat negara juga akan memberikan akses bagi pelaku ekonomi yang tidak memiliki kemampuan untuk membeli barang dan jasa kebutuhan dasar, maka jumlah penawaran terhadap barang dan jasa kebutuhan dasar dalam Islam tentu akan relatif lebih besar dari penawaran konvensional. Atau setidaknya corak barang dan jasa yang ditransaksikan dalam pasar akan lebih diwarnai oleh kebutuhan dasar masyarakat. Produksi barang dan jasa oleh produsen atau yang

diperjualbelikan oleh para pedagang tidak ditentukan oleh keinginan (nafsu) para pemilik kapital atau konsumen yang berlimpah sumber daya ekonomi. Dalam ekonomi Islam, dengan asumsi bahwa nilai moral dan idiologi Islam serta prinsip syariat diadopsi dengan sempurna, barang dan jasa yang beredar akan ditentukan oleh preferensi kemaslahatan yang berorientasi pada amal shaleh terlebih lagi warna kolektifitas yang merefleksikan nilai-nilai berjamaah dan ukhuwah akan semakin menegaskan corak penawaran barang dan jasa yang ada bukan untuk melayani keinginan-keinginan yang bersifat konsumtif. (Ali Sakti, 2007: 142-3)



Tapi tentu saja secara agregat penawaran dalam Islam tidak dapat dikatakan akan lebih besar dari konvensional. Perbedaan keduanya tidak terdapat pada jumlah, tapi lebih pada corak dan kecenderungan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat luas. Melihat karakteristik yang dibangun dalam produksi, maka corak barang dan jasa yang ada dalam penawaran pasar tentu juga akan merujuk pada kebutuhan dan kemaslahatan masyarakat luas. Wajar bahwa dari penawaran dalam pasar Islam akan terlihat perekonomian yang tidak memiliki kecenderungan kemewahan.

Mustafa Edwin dkk (2007: 95-6) menjelaskan tentang pengaruh zakat dalam ekonomi Islam terhadap penawaran. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari

dua sisi, *pertama* adalah melihat pengaruh kewajiban membayar zakat terhadap perilaku penawaran, dalam hal ini dicontohkan zakat perniagaan; *kedua* adalah pengaruh zakat produktif, yakni alokasi zakat untuk kegiatan produktif dari mustahik terhadap kurva penawaran.

Zakat yang dikenakan kepada hasil produksi adalah zakat perniagaan, yang baru dikenakan apabila hasil produksi dijual dan hasil penjualan telah memenuhi nisab (batas minimal harta yang menjadi objek zakat yaitu setara dengan 85 gram emas) dan haul (batas minimal waktu harta tersebut dimiliki yaitu satu tahun). Apabila nisab dan haul telah terpenuhi, maka wajiblah dikeluarkan zakatnya sebesar 2,5 %. Objek zakat perniagaan adalah barang yang diperjualbelikan. Adanya pengenaan zakat perniagaan membuat perilaku memaksimalkan keuntungan berjalan seiring dengan perilaku memaksimalkan zakat. Artinya, jika seseorang produsen memaksimalkan keuntungannya pada saat yang bersamaan ia juga memaksimalkan besarnya zakat yang akan dibayarkan.

Karena zakat produktif yang disalurkan biasanya dalam bentuk *qardhul hasan*, maka tidak ada biaya atas penggunaan zakat sebagai faktor produksi. Dengan demikian mustahik yang menjadi produsen dengan dana zakat produktif dapat menawarkan barang atau jasa dengan biaya yang lebih kompetitif, akibatnya akan meningkatkan penawaran. Kurva penawaran akan bergeser kebawah akibat dukungan dana zakat tersebut.

C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENAWARAN

Seperti juga permintaan, penawaran terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang tersebut saja. Banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran suatu barang selain harga barang tersebut. Perubahan pada faktor-faktor selain harga akan menyebabkan kurva penawaran bergeser baik:

ke atas atau ke bawah. Hal ini tergantung kepada efek perubahan masing-masing variabel terhadap jumlah penawaran pada tingkat harga yang tetap.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran tersebut adalah:

1. Harga barang

Peran harga barang dalam menentukan penawaran telah lama dikenal oleh pemikir ekonomi Islam klasik. Jika harga barang naik, *ceteris paribus*, akan mendorong produsen untuk meningkatkan jumlah penawaran. Sebaliknya jika harga turun, maka produsen akan cenderung mengurangi penawarannya. Besarnya pengaruh harga terhadap penawaran inilah yang menyebabkan para ulama klasik menekankan pentingnya harga yang adil.

2. Biaya produksi

Biaya produksi jelas menentukan tingkat penawaran. Jika biaya turun, *ceteris paribus*, maka akan mendorong produsen untuk meningkatkan penawarannya. Sebaliknya, jika biaya produksi naik, *ceteris paribus*, maka akan mendorong produsen untuk menurunkan penawarannya. Untuk menjaga tingkat keuntungannya, produsen akan meningkatkan harga jika biaya produksinya memang naik. Biaya produksi ditentukan oleh dua faktor berikut:

a. Harga input produksi

Harga input produksi merupakan komponen utama dalam biaya produksi. Jika harga input produksi naik, maka biaya produksi akan terdorong naik pula. Kenaikan harga input produksi berpengaruh negatif terhadap penawaran, yaitu akan mendorong produsen untuk mengurangi jumlah penawarannya, demikian sebaliknya

b. Teknologi produksi

Teknologi produksi sangat berpengaruh terhadap biaya produksi. Dengan teknologi, maka efisiensi dan optimalitas akan tercipta sehingga dengan input yang sama, maka produktifitas akan lebih tinggi. Dengan kata lain, kenaikan teknologi dapat menurunkan biaya produksi sehingga akhirnya mendorong produsen untuk menaikkan penawarannya.

3. Jumlah produsen

Jumlah penjual memiliki dampak langsung terhadap penawaran. Makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu, maka penawaran akan makin tinggi atau meningkat.

4. Ekspektasi (pengharapan)

Aspek dugaan atau eskpektasi terhadap masa depan mencakup dugaan mengenai perubahan harga dari barang tersebut. Misalnya, jika penjual menduga bahwa harga barangnya akan meningkat di masa depan, ia akan mengurangi penawaran pada saat itu, akibatnya penawaran berkurang. Hal ini dilarang oleh nabi karena akan mengakibatkan harga di pasar melonjak.

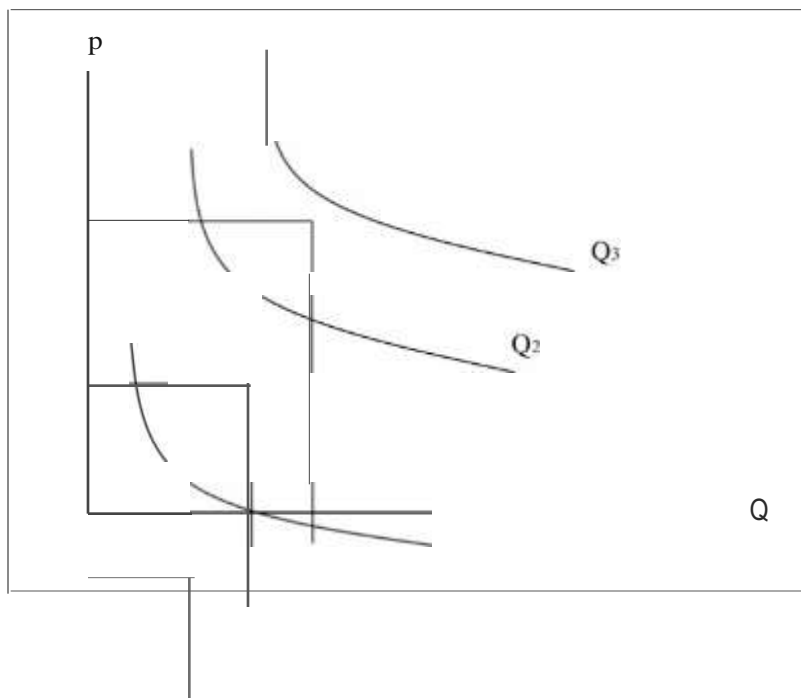
5. Kondisi alam

Kondisi alam seperti terjadinya bencana banjir, gempa bumi dan sebagainya bisa menyebabkan penawaran barang-barang tertentu berkurang, khususnya barang-barang hasil pertanian.

6. *Mashlahat*

Pengaruh *masiahah* terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen dan penjual. Jika jumlah *masalahah* yang terkandung dalam barang yang diproduksi semakin meningkat, maka produsen

muslim akan memperbanyak jumlah produksinya, *ceteris paribus*. Produsen dengan tingkat keimanan 'biasa' kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini, jika barang / jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsen akan menganggapnya sudah baik sehingga pertimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keunrunan. Namun, konsumen dengan keimanan yang lebih tinggi lebih menyukai barang dengan kandungan berkah yang lebih tinggi. Jika mereka melihat barang dengan kandungan berkah yang lebih tinggi, *ceterisparibus*, maka mereka akan meninggalkan barang dengan kandungan berkah yang rendah dan mengantinya dengan barang yang kandungan berkahnya lebih tinggi. Dalam keadaan ini keuntungan kemungkinan tidak lagi menjadi faktor penting dalam penawaran barang (P3EI, 2008: 318).



Hubungan Penawaran dengan Fungsi Produksi

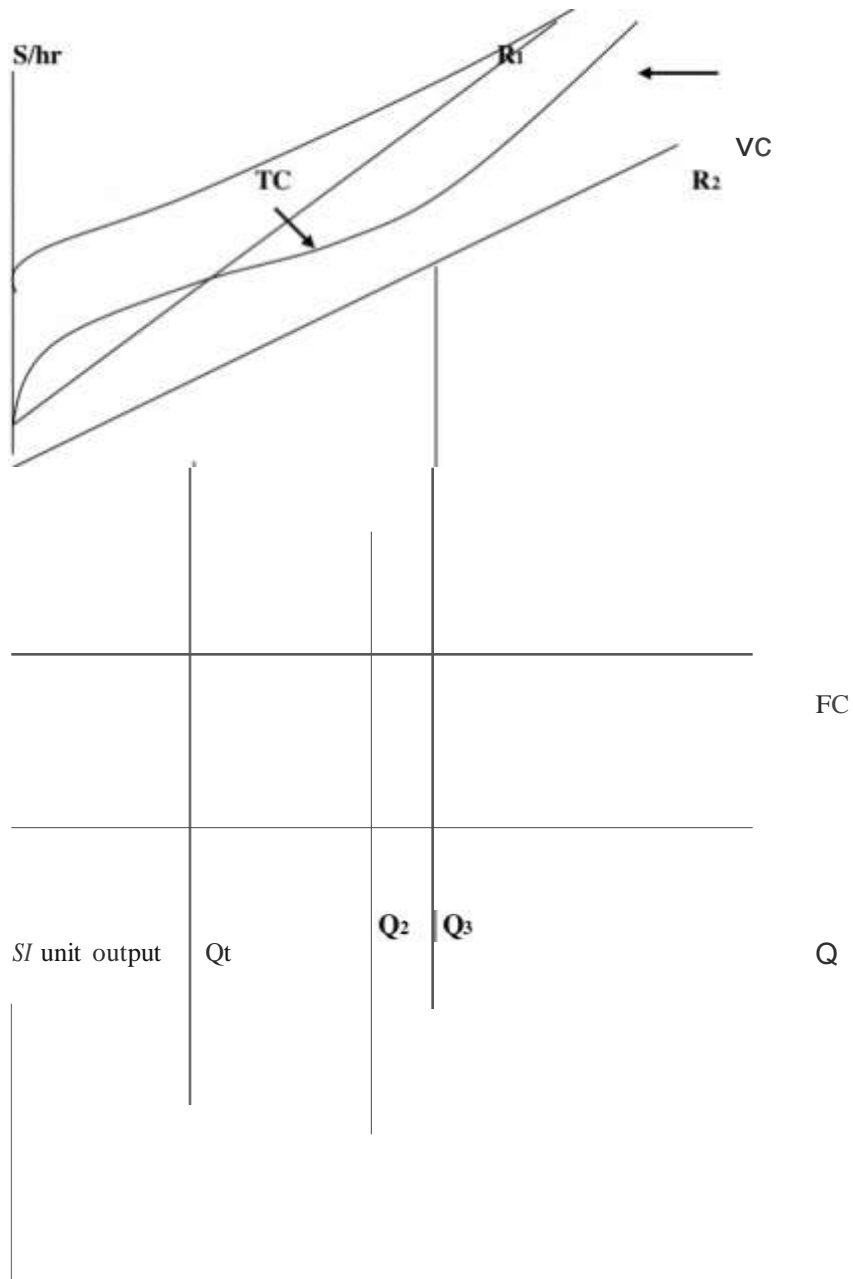
Pengaruh terhadap Output Produksi

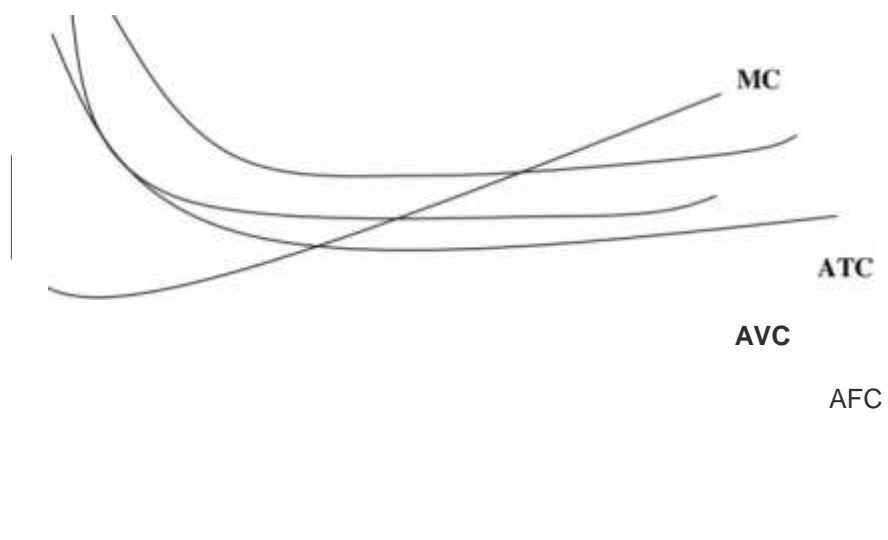
Pengaruh terhadap output	Skala Return	Makna
$F(mK, mL) = mf(K,L) = mQ$	konstan	Bila kenaikan outputnya sama dengan proporsinya
$F(mK, mL) < mf(K,L) = mQ$	Increasing	Output mengalami penurunan ke arah yang lebih kecil
$F(mK, mL) > mf(K,L) = mQ$	Decreasing	Bila kenaikan output dengan proporsi yang lebih besar

Perhitungan Biaya Rata-rata dan Biaya Marginal

L	Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC
0	0	30	0	30	0	0	0	0
1	4	30	10	40	7.5	2.5	10	2.5
2	14	30	20	50	2.1	1.4	3.5	1
3	27	30	30	60	1.1	1.1	2.2	0.7
4	43	30	40	70	0.7	0.9	1.6	0.6
5	58	30	50	80	0.5	0.8	1.3	0.6
6	72	30	60	90	0.4	0.8	1.2	0.7
7	81	30	70	100	0.37	0.8	1.2	1.1
8	84	30	80	110	0.3	0.8	1.3	3.3

Hubungan Total dengan Biaya Marginal

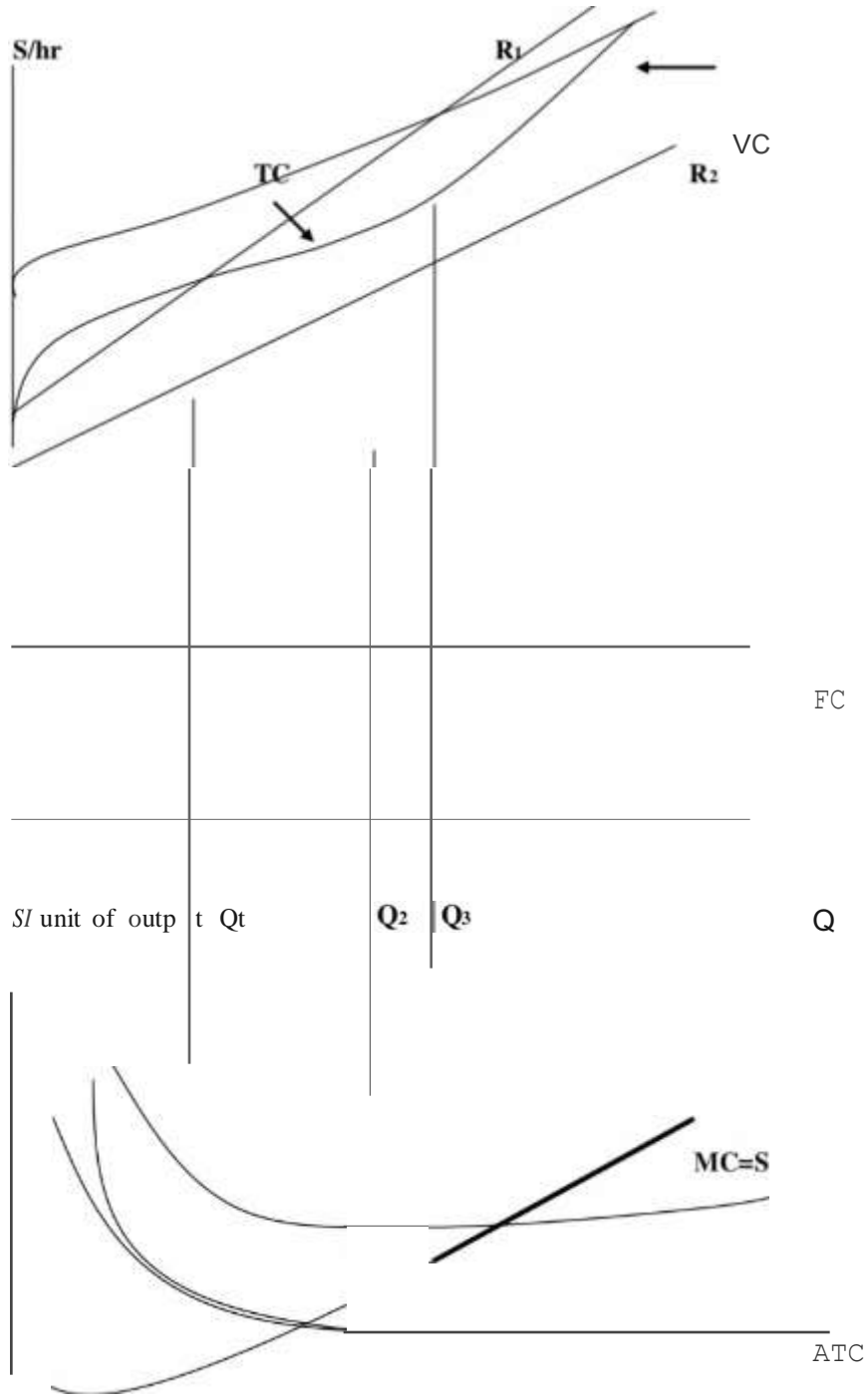


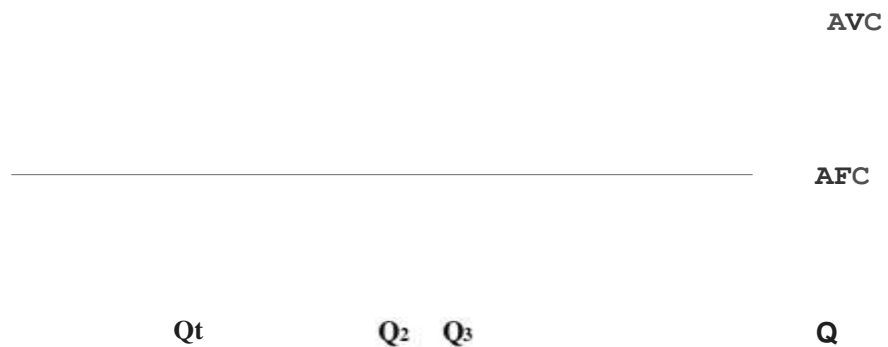


Q_2 Q_3

Q

Hubungan Total deogan Biaya Marginal





Perhitungan Surplus Konsumen

Q	TVC	MC	IMC
0	0	0	0
1	100	100	100
2	200	100	200
3	300	100	300

4	400	100	400
5	500	100	500
6	600	100	600
7	700	100	700
8	800	100	800

D.

Pengaruh zakat terhadap penawaran

Pemikiran

Ibnu Khaldun mengakui adanya pengaruh permintaan dan penawaran terhadap penentuan harga, jauh sebelum konsep tersebut dikenal di Barat.

Istilah-istilah penawaran dan permintaan baru dikenal dalam literatur bahasa Inggris pada tahun 1767. Akan tetapi peranan dan fungsi dari permintaan dan penawaran dalam penentuan harga di pasar baru dikenal pada dekade kedua di abad ke-19

Ibnu Khaldun menekankan bahwa kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya. Ia percaya bahwa akibat rendahnya harga akan merugikan perajin dan pedagang, sehingga mereka keluar dari pasar. Sedangkan akibat dari tingginya harga akan menyusahkan konsumen, terutama kaum miskin yang menjadi mayoritas dalam sebuah populasi. Karena itu Ibnu Khaldun berpendapat bahwa harga rendah untuk kebutuhan pokok harus

dusahakan tanpa harus merugikan produsen. Dengan kata lain bahwa tingkat harga yang stabil dan biaya hidup yang relatif rendah adalah pilihan yang terbaik dengan tetap mengusahakan pertumbuhan dan keadilan unruk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Faktor yang mempengaruhi penawaran menurut Ibnu Khaldun adalah banyaknya permintaan, tingkat keuntungan relatif, tingkat produktifitas, besarnya tenaga buruh termasuk ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, keamanan dan ketenangan serta kemampuan teknik dan perkembangan masyarakat secara keseluruhan.

Ibnu Khaldun telah memikirkan konsep penawaran dan permintaan dan keseimbangan harga, lengkap dengan pembahasan nilai-nilai moral dan keagamaan jauh sebelum ekonomi Barat memulainya dalam teori ekonomi modern.

E. Kurva penawaran jangka pendek ([Adiwarman Karim, 2003: 193](#))

Seperti halnya pada permintaan yang diturunkan dari fungsi konsumsi, maka teori penawaran hakikatnya adalah derivasi dari perilaku individu-individu perusahaan dalam analisa biayanya. Telah diterangkan bahwa tidak ada perusahaan yang bersedia berproduksi ketika tingkat harga yang berlaku lebih kecil daripada biaya variabel rata-rata. Jadi, setiap perusahaan hanya akan berproduksi jika harga yang berlaku lebih tinggi daripada biaya variabel rata-ratanya. Pada dasarnya terdapat garis harga yang tak terbatas jumlahnya di atas titik perpotongan antara kurva biaya marginal dengan kurva biaya variabel rata-rata. Dari sinilah kita dapat menemukan berapa kuantitas yang dapat ditawarkan pada setiap tingkatan harga. Oleh karena itu, untuk menjelaskan bagaimana kurva penawaran dibentuk, perlu terlebih dahulu mempelajari kurva penawaran jangka pendek perusahaan pada setiap tingkatan harga.

Gambar di bawah ini menunjukkan MC, MR, dan kurva biaya variabel rata-rata (AVC: *Average Variable Cost*). Pada setiap harga yang berada di atas P

Sebagai suatu mekanisme ekonomi, penawaran terjadi karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi produsen dalam menawarkan produknya adalah; (1) Harga barang itu sendiri, (2) harga barang pengganti (substitusi), (3) Ongkos dan biaya produksi, (4) Tujuan produksi dari perusahaan, (5) teknologi yang digunakan.

BAB VIII HARGA DALAM EKONOMI ISLAM

A. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi tidak bisa terlepas dari berbagai transaksi yang menggunakan alat tukar seperti mata uang. Dengan uang tersebut konsumen dapat membeli barang-barang yang dibutuhkannya bahkan ia bersedia mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk mendapatkan sesuatu yang lebih baik. Untuk mengukur seberapa banyak uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu barang, maka dalam ekonomi dikenal adanya istilah harga

Harga dari suatu produk (barang atau jasa) ditentukan oleh keseimbangan antara tingkat produksi pada harga tertentu (penawaran) dan tingkat keinginan dari orang-orang yang memiliki kekuatan membeli pada harga tertentu (permintaan). Interaksi penawaran dan permintaan (*supply and demand*) yang terjadi antara pembeli dengan penjual di pasar inilah yang akan membentuk harga suatu komoditas. Harga akan naik jika permintaan bertambah sedang penawaran tetap, sebaliknya harga akan turun jika penawaran suatu barang meningkat sedang permintaannya tetap. Perubahan permintaan dan penawaran mengakibatkan terjadinya fluktuasi harga. Pergerakan harga yang murni dari interaksi penawaran dan permintaan tanpa ada distorsi ataupun kezaliman ini sifatnya wajar. Namun jika pergerakan harga yang terjadi sudah merugikan sehingga mengganggu pemenuhan kebutuhan primer masyarakat maka dibutuhkan penetapan harga tertentu.

Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Menahan sebuah komoditas dari peredaran pasar dengan tujuan memperoleh harga yang lebih tinggi (*monopolistic rent*) tidak dibenarkan dalam Islam. Bagaimana konsep harga dalam ekonomi Islam,

bagaimana harga yang adil terbentuk pada pasar Islami, bagaimana solusi Islam terhadap ketidak sempurnaan bekerjanya pasar?

B. KONSEP HARGA DALAM EKONOMI ISLAM

Harga adalah suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi seseorang (Marwan Asri, 1991: 30). Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari sebuah komoditas tertentu, maka makin tinggi nilai tukar dari komoditas tersebut dimatinya dan akibatnya makin besar pula alat penukaran (uang) yang harus dibayarkan. Dengan demikian, harga suatu komoditas merupakan suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu komoditas tersebut dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, jika harga suatu komoditas adalah Rp 10.000 maka berarti pada tingkat nilai Rp 10.000 itulah komoditas tersebut dapat dipertukarkan dengan komoditas lain yang harganya juga Rp 10.000, atau dipertukarkan dengan uang senilai Rp 10.000.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam pada dasarnya tidak berbeda dengan apa yang ada dalam konvensional, bahwa harga terbentuk dari interaksi penawaran dan permintaan yang terjadi di pasar dalam kondisi pasar persaingan sempurna tidak ada monopoli ataupun strategi lain yang merusak mekanisme pasar (Ali Sakti, 2007: 324). Perubahan yang terjadi pada harga yang berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran.

Dalam ekonomi Islam, harga yang wajar bukanlah suatu konsep, tetapi hak fundamental yang dikuatkan oleh hukum negara. Penentuan harga yang wajar merupakan masalah yang krusial, karena prinsip dasar teori ekonomi Islam adalah prinsip persaingan sehat, bukan persaingan monopoli seperti dalam ekonomi kapitalis. Persaingan sehat disini tidak berarti persaingan sempurna dalam arti modern, tetapi suatu persaingan yang bebas dari spekulasi, penimbunan, penyelundupan dan lain-lain.

Ulama klasik telah memberikan sumbangan pemikiran yang cukup kaya dalam menjabarkan mekanisme pasar dan mekanisme harga, diantaranya adalah Ibnu Taymiyyah (661-728 H) dalam *al-Hisbah* dan juga dalam *Majma' al-Fatawa*, al-Ghazali (450-505 H) dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, Abu Yusuf (13-182 H) dalam *al-Kharraj* dan lain-lain.

Sementara itu, selama tiga abad setelah masa Ibnu Taymiyyah belum ada pemikir barat (konvensional) yang memberikan analisa komprehensif tentang mekanisme pasar. Hanya Leonard Lessius (1554-1632 M) yang menambahkan beberapa variabel yang mempengaruhi harga, yang memang tidak disebutkan oleh Ibnu Taymiyyah secara eksplisit. Variable tersebut diantaranya biaya produksi, resiko dalam memperoleh barang atau jasa dan biaya transportasi dan penyimpanannya (Ali Sakti, 2007: 324-325).

Pada masa Rasulullah SAW pernah terjadi kenaikan harga yang luar biasa, maka sahabat meminta Nabi untuk mematok harga, namun Nabi menolaknya seraya bersabda: artinya, "Sesungguhnya Allahlah yang mematok harga, Dia yang menyempitkan rezki, yang melapangkan rezki, yang maha pemberi rezki, dan sesungguhnya saya mengharapkan untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak ada seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena suatu tindak kedzaliman berkenaan dengan darah dan harta" (HR. Abu Daud).

Dalam penolakan Rasulullah tersebut tersirat bahwa pembentukan harga diserahkan pada mekanisme pasar. Rasulullah menganggap campur tangan yang tidak perlu adalah suatu bentuk kezaliman. Namun, jika di pasar telah terjadi monopoli, eksploitasi dan mempermainkan kebutuhan orang banyak maka diperbolehkan melakukan pematokan harga. Bahkan, dalam kondisi seperti ini hukumnya menjadi wajib.

Ibnu Taymiyyah membantah anggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar (Muhammad, 2004: 357).

Terkait dengan alasan Rasulullah di atas, Ibnu Taimiyyah menjelaskan bahwa fluktuasi harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tak adil (*injustice* atau *zu/m*) oleh seseorang, tapi juga karena proses alamiah dalam pasar. Boleh jadi harga naik karena disefisiensi proses produksi atau penurunan jumlah produk akibat penurunan import pada barang yang pada saat itu banyak diminta. Atau sebaliknya ketika keinginan untuk membeli dari konsumen turun, sementara stok barang terus meningkat, maka harga turun. Dan hanya Allah-lah yang menggerakkan *desires* (yang ada dalam motif kemaslahatan) pada tiap-tiap hati manusia (Ali Sakti, 2007: 325).

Berbeda dengan pandangan Ibnu Taimiyyah di atas dan pandangan umumnya yang mengatakan bahwa sedikit barang maka harga akan mahal dan sebaliknya, Abu Yusuf dalam kitab *Al-Kharraj* menyatakan "Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya, prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketenruan Allah, kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi harganya murah (Muhamad, 2004: 353).

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa Abu Yusuf memaharni mahal ataupun murah suatu komoditas tidak bisa ditentukan secara pasti, dimana murah bukan hanya karena melimpahnya barang tersebut dan mahal bukan hanya karena kelangkaannya. Tapi adanya variabel lain yang berlaku di sini, yang bukan hanya karena hukum permintaan dan penawaran, walaupun dia tidak menjelaskannya lebih rinci. Bisa jadi karena adanya distorsi pada distribusi yang disengaja untuk merusak daya beli masyarakat pada kondisi pasar normal dan terbuka seperti terjadinya penimbunan barang ataupun lainnya. Untuk itu pada kondisi ini, pemerintah dapat berperan sebagai pengawas atau regulator yang menjamin kebebasan, kesempurnaan dan keterbukaan pasar.

Konsep tentang harga yang adil dan proses terbentuknya harga tersebut tetap menjadi perhatian pakar ekonomi. Adam Smith, bapak ilmu ekonorni, telah

menyumbangkan pemikirannya untuk menjelaskan tentang harga dari sisi ekonomi. Ia mengedepankan analisisnya tentang kekuatan permintaan dan penawaran dalam pembentukan harga yang alamiah (*natural price*). Menurunnya kekuatan tarik-menarik kekuatan pasar secara bebas akan menghasilkan harga yang paling adil, baik bagi produsen maupun konsumen.

Dalam Bahasa Arab, terdapat beberapa termonologi untuk menunjukkan harga yang adil, antara lain: *si 'r al-mithl*, *taman al-mithl* dan *qimah al-adl*. Istilah *qiman al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah saw dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-'adl* (HR. Muslim). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang khalifah Umar ibn Khattab dan Ali ibn Abi Thalib. Umar ibn Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyah* (denda/uang tebusan darah), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik (Ibnu Hanbal).

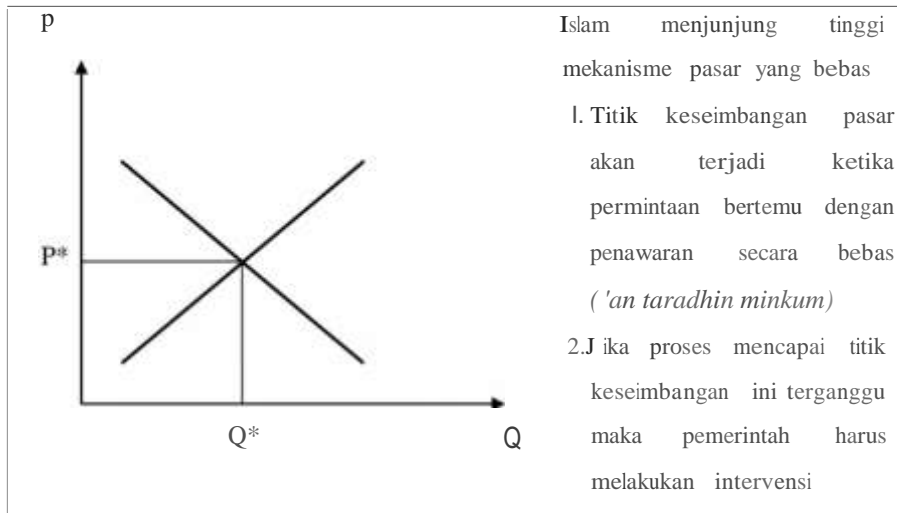
Ibnu Tairniah menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu *iwad al-mithl* (*equivalen compensation/kompensasi* yang setara) dan *taman al-mithl iequivalenprice!* harga yang setara). Dalam *Majma'ah al-Fatawa*, Ibnu Taimiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku (*si 'r*) dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam *al-Hisbah* ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas –kompetitif dan tidak terdistorsi- antara penawaran dan permintaan.

Sementara itu, Isiahi (1997: 101-2) menjelaskan bahwa adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islarni dimana transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil ini, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara

umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Islam menjunjung tinggi keadilan termasuk adil dalam harga, oleh karena itu Islam sangat menghargai harga yang terbentuk oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar karena harga yang terbentuk tersebut adalah harga yang paling adil dan mencerminkan kerelaan antara pembeli dan penjual (*Can taradhin minkum*) tanpa ada distorsi dari pihak manapun. Namun ketika sistem yang alami ini terganggu karena adanya tindakan zalim dari pihak-pihak yang ingin mengambil keuntungan besar sehingga konsumen merasa sangat dirugikan, maka diburuhkan intervensi dari pihak yang berwenang, dalam hal ini pemerintah sebagai pengambil kebijakan yang akan mengembalikan harga pada tingkat yang stabil.

Permintaan dan penawaran di pasar



C. INTERVENSI PEMERINTAH DALAM REGULASI BARGA

Transaksi ekonomi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga. Agar transaksi memberikan keadilan bagi seluruh pelakunya maka harga juga harus mencerminkan keadilan. Islam secara keseluruhan menjunjung tinggi mekanisme pasar yang bebas karena harga keseimbangan dalam pasar yang bebas (*competitive market price*) merupakan harga yang adil sebab tercipta melalui mekanisme permintaan dan penawaran sehingga mencerminkan kerelaan antara produsen dan konsumen, hal ini memenuhi persyaratan bahwa transaksi harus dilakukan secara sukarela (*'an taradhim minkum*) dan memberikan keuntungan proporsional bagi para pelakunya.

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 atau *private* sektor dengan kegiatan *monopolistic* ataupun lainnya. Islam tidak memberikan ruang intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga, Tetapi, seringkali harga pasar yang tercipta dianggap tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam dunia nyata mekanisme pasar terkadang juga tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang mendistorsinya. Kondisi darurat seperti ini menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga, dalam hal ini pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga. Perlu diperhatikan, kondisi darurat di sini mengindikasikan bahwa pada dasarnya peranan pemerintah ditekan seminimal mungkin.

Mengenai hadis riwayat Abu Daud diatas yang mengisyaratkan penolakan Rasulullah untuk menetapkan harga, diinterpretasikan berbeda-beda oleh para ularna. Menurut Asy-Syaukani, hadis tersebut dan hadis yang senada merupakan dalil bagi pengharanan pematokan harga, karena pematokan harga merupakan suatu kezaliman dengan alasan bahwa manusia dikuasakan atas harta mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka (Yusuf

Qardhawi, 1997: 466). Beberapa uJama fiqh lain juga melarang adanya pematokan harga, di antaranya Ibnu Hazim dan Ibnu aJ-Atsir.

Sementara Ibnu Taimiyah dan Ibnu Qayyim menjelaskan, pelarangan ulama atas intervensi harga berdasarkan atas pemahaman mereka terhadap teks hadis (*zhahir hoditsy*, bukan terhadap konteks hadis. Namun larangan tersebut tidak bersifat mutlak dan *dharuriy* (wajib), apabila Nabi menginginkan adanya larangan tersebut secara mutlak, mungkin kata-kata yang digunakan Nabi memakai kaJimat (*sighat*): jangan atau tidak dibolehkan dsb. Ada kemungkinan pelarangan Nabi atas intervensi harga adalah tidak ditemukan kondisi yang mengharuskan untuk melakukannya, atau kenaikan harga yang ada masih berjalan normal dan bukan merupakan akibat distorsi pasar, harga terbentuk berdasarkan atas *kekuatan supply and demand*. Apabila intervensi dilakukan, kemungkinan akan menimbulkan kezaliman bagi pihak tertentu (Said Sa'ad Marthon, 2004: 85).

Oleh Ibnu Taymiyyah larangan Rasulullah dalam hadis tersebut dijelaskan memiliki dua alasan, pertama, bahwa pergerakan harga ketika itu mumi dari interaksi penawaran dan permintaan. Kedua, bahwa pergerakan harga belum merugikan masyarakat luas sepanjang kebutuhan pokoknya tetap dapat dipenuhi oleh mereka. Sehingga dapat dipahami penolakan Rasulullah atas kebijakan intervensi harga merupakan tindakan menghindari perusakan mekanisme pasar (Ali Sakti, 2007: 326). Penolakan Rasul atas intervensi dikarenakan tidak adanya kebutuhan untuk melakukan hal tersebut, atau kemungkinan akan timbul sebuah kezaliman bagi para pedagang. Ibnu Taymiyyah menjelaskan; penduduk Madinah pada saat tersebut belum membutuhkan adanya intervensi. Adakalanya kenaikan harga yang ada disebabkan adanya factor eksternal yang bukan merupakan kehendak para penjual (Said Sa'ad Marthon, 2004: 85). Dengan demikian, dalam kondisi normal, pemerintah atau pihak manapun tidak dibenarkan untuk melakukan intervensi terhadap harga pasar. Terjadinya perubahan harga karena sedikitnya penawaran atau banyaknya permintaan tanpa ada distorsi ataupun kezaliman maka ini sifatnya wajar dan akan hilang seiring dengan hilangnya penyebab dari keadaan itu dan harga akan kembali normal.

Ayat yang menjelaskan tentang konsep kerelaan dan keridhaan dalam bertransaksi tidak berarti menafikan adanya intervensi, melainkan intervensi bertujuan untuk mewujudkan kerelaan dan mencegah terjadinya tindak kezaliman. Disamping itu, ada beberapa kondisi yang mendorong adanya intervensi pemerintah dalam kehidupan ekonomi (Said Sa'ad Marthon, 2004: 86). Dalam kondisi-kondisi tertentu seperti terjadinya pergerakan harga yang sudah merugikan sehingga mengganggu pemenuhan kebutuhan primer masyarakat luas, maka intervensi pemerintah dapat dibenarkan.

Secara lebih terperinci, Ibnu Taimiyyah membatasi keabsahan pemerintah dalam menetapkan kebijakan intervensi pada empat situasi dan kondisi sebagai berikut (dalam Mustafa Edwin dkk, 2007: 162-163):

1. Kebutuhan masyarakat atau hajat orang banyak akan sebuah komoditas (barang maupun jasa) tidak dapat diperjual belikan kecuali dengan harga yang sesuai, tidak dibenarkan pemilik barang menentukan harga yang tinggi secara sepihak.
2. Terjadi kasus monopoli (penimbunan); para *fuqaha* sepakat untuk memberlakukan hak *hajar* (ketetapan yang membatasi hak guna dan hak pakai atas kepemilikan barang) oleh pemerintah. Hal ini untuk mengantisipasi adanya tindakan negatif (berbahaya) yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan kegiatan monopolistic atau pun penimbunan barang. Pada kondisi *monopolistic* produktivitas sebuah industri dapat dibatasi untuk kepentingan kenaikan harga ataupun lainnya
3. Terjadinya keadaan *al-hashr* (pemboikotan) dimana distribusi barang hanya terkonsentrasi pada satu penjual atau satu pihak tertentu. Penetapan harga disini untuk menghindari penjualan barang tersebut dengan harga yang ditetapkan sepihak dan semena-mena oleh pihak penjual tersebut
4. Terjadi koalisi dan kolusi antar para penjual, dimana sejumlah pedagang sepakat untuk melakukan transaksi di antara mereka sendiri, dengan harga penjualan yang tentunya di bawah harga pasar. Ketetapan intervensi disini

untuk menghindari kemungkinan terjadi fluktuasi harga barang yang ekstrim dan dramatis.

Pada dasarnya, penetapan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan. Dalam artian, harga yang ada ditetapkan berdasarkan atas kekuatan *supply* dan *demand*. Namun sesuai dengan pendapat beberapa ulama fiqh, bahwa pemerintah mempunyai hak untuk melakukan intervensi harga apabila terdapat sekelompok orang yang melakukan eksploitasi harga terhadap komoditas yang ada atau kebutuhan pokok masyarakat, dengan menaikkan harga tanpa adanya justifikasi yang dibenarkan oleh hukum. Dalam kondisi tersebut, pedagang tidak boleh menjual komoditas kecuali dengan harga yang adil. Intervensi ini adalah *saddan li al-dzara 'i* (mencegah terjadinya kerusakan). *Saddu al-dzara 'i* merupakan sebuah dalil yang dapat digunakan sebagai landasan untuk mengetahui suatu hukum. Juga sekaligus dapat dijadikan sebagai hukum dalam suatu perkara yang dapat mendatangkan kerusakan (mafsadah), sehingga perkara itu berkembang menjadi sesuatu yang diharamkan dalam pelaksanaannya. Tentang kekuatan hukum *saddu al-dzara 'i* memang terdapat perselisihan, tetapi mayoritas ulama fiqh membolehkannya untuk dijadikan sebagai koridor hukum (Said Sa'ad Marthon, 2004: 87).

Seperti *saddu al-dzara 'i*, *mashlahah* juga merupakan dalil hukum yang dapat digunakan untuk melakukan penetapan hukum terhadap suatu perkara. *Mashlahah* merupakan faktor yang paling krusial dalam penetapan sah dan tidaknya intervensi harga. Seperti yang telah diketahui, intervensi harga oleh pemerintah dilakukan dalam kerangka mewujudkan *mashlahah* bagi kehidupan masyarakat. Ketika pemerintah memandang hal tersebut sebagai suatu kemaslahatan, maka saat itu pula intervensi dapat dijalankan. (Said Sa'ad Marthon, 2004: 87). Dengan demikian dapat dipahami bahwa ketika pasar berjalan secara normal maka penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan dimana harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan permintaan dan penawaran. Namun dalam kondisi tertentu seperti terjadinya penimbunan, adanya kolusi diantara penjual ataupun pembeli, dan distorsi pasar,

maka pemerintah boleh melakukan intervensi harga, yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat dengan tetap memperhatikan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.

Ibnu Taimiyah membedakan intervensi harga menjadi dua, yaitu intervensi harga yang zalim dan intervensi harga yang adil. Suatu intervensi harga dianggap zalim bila harga atas (*ceiling price*) ditetapkan di bawah harga *equilibrium* yang terjadi melalui mekanisme pasar, yaitu atas dasar rela sama rela. Secara paralel dapat pula dikatakan *bilafloor price* ditetapkan di atas *competitive equilibrium price* adalah zalim. Sedangkan suatu intervensi harga dianggap adil bila tidak menimbulkan aniaya terhadap penjual maupun pembeli.

Konsep Islam dalam menentukan model kebijakan regulasi harga yang akan ditempuh tergantung pada dua hal, yaitu: (1) jenis penyebab perubahan harga tersebut, dan (2) urgensi harga terhadap kebutuhan masyarakat, yaitu keadaan darurat. Secara garis besar, terdapat dua penyebab perubahan harga dengan kebijakan regulasi harga masing-masing, yaitu: (Hendrie Anto, 290)

1. *Genuine factors*, yaitu faktor-faktor yang bersifat alamiah. Kebijakan yang ditempuh untuk stabilisasi harga adalah dengan intervensi pasar (*market intervention*) dengan mempengaruhi posisi permintaan dan atau penawaran sehingga tercipta harga yang lebih pas.
2. *Non genuine factor*, yaitu faktor-faktor yang menyebabkan distorsi terhadap mekanisme pasar yang bebas. Kebijakan yang ditempuh untuk stabilisasi harga adalah dengan menghilangkan penyebab distorsi tersebut sehingga mekanisme pasar yang bebas dapat bekerja kembali, termasuk dengan cara penetapan harga (*price intervention*).

Dengan demikian, intervensi harga oleh pemerintah dapat dilakukan secara langsung melalui intervensi harga atau secara tidak langsung melalui intervensi pasar. Secara terperinci, Syamsuddin Mahmud (1986: 86-87)

mengemukakan bentuk-bentuk intervensi harga yang dapat dilakukan oleh pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Harga-harga yang ditetapkan secara langsung oleh pemerintah dapat berupa:

1. Harga maksimum

Penetapan harga maksimum maksudnya untuk menghalangi kenaikan harga dengan tujuan untuk melindungi golongan masyarakat yang lemah kedudukan ekonominya. Pada umumnya harga ini ditetapkan pada barang-barang primer untuk keperluan sehari-hari, seperti pangan. Biasanya pemerintah tidak hanya menetapkan harga, tetapi juga mengawasi, artinya kalau permintaan bertambah, maka untuk mencegah kenaikan harga, pemerintah mengadakan distribusi barang-barang tersebut. Penetapan harga maksimum ini merupakan tindakan darurat, guna mengatasi kesulitan-kesulitan yang terjadi sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang keperluan pokok sehari-hari.

2. Harga minimum

Harga minimum adalah harga yang ditetapkan oleh pemerintah dengan tujuan melindungi para produsen yang menghasilkan barang-barang yang dianggap penting oleh pemerintah. Harga ini diadakan oleh pemerintah karena harga suatu barang atau beberapa jenis barang sangat rendah sehingga merugikan para produsen.

Dalam hubungan ini dikenal istilah *valorisasi* yaitu tindakan pemerintah untuk membeli barang-barang dan kemudian menyimpannya, bahkan kadang-kadang disertai dengan pemusnahan barang-barang tersebut yang harganya terus menerus turun, supaya dapat terjadi harga yang pantas kembali. Tindakan ini pernah dilakukan terhadap kopi di Brazilia, dimana kopi dibuang ke laut, karena harganya terlalu murah, hingga produsen menderita kerugian besar. Adanya tindakan-tindakan retribusi dan pembatasan produksi

merupakan usaha dari pemerintah bersama-sama dengan produsen untuk mencegah penurunan harga yang terus menerus

3. Harga pedoman

Harga pedoman adalah harga yang ditetapkan mengenai barang-barang yang bermacam-macam kualitasnya, sehingga sulit menetapkan suatu harga yang minimum. Sifatnya sama dengan harga minimum. Jadi harga pedoman ditetapkan pada suatu kualitas tertentu yang akan menjadi pedoman atau dasar bagi kualitas-kualitas yang lain. Lazimnya harga pedoman dilakukan terhadap barang-barang pertanian yang sukar digolongkan ke dalam satu kualitas.

4. Harga terakhir.

Harga terakhir merupakan harga pasar suatu barang yang berlaku pada suatu waktu tertentu dan harga tersebut tidak boleh dinaikan lagi. Harga ini tidak selalu perlu dan jarang terjadi penetapan harga yang demikian.

Ada kalanya pemerintah melakukan intervensi harga barang-barang dengan cara tidak langsung, hal ini dijalankan dengan cara:

1. *Contingent tariff* yaitu membatasi impor barang-barang dari luar negeri, hingga tidak menggoncangkan harga di dalam negeri.
2. Mendirikan perusahaan-perusahaan baru untuk barang-barang yang kurang produksinya, sehingga jumlah penawaran bisa bertambah dan bisa mencapai keseimbangan antara penawaran dan permintaan.
3. Memberikan kon esi-konsesi, artinya pemberian izin untuk membuka tanah-tanah yang belum digarap atau pembukaan lapangan produksi baru.

Buku-18._Buku_ajar_2008

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

5%

★ himaekisfebuntan.blogspot.com

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On