

MEKANISME PASAR ISLAM

Muhammad Ikhwani¹, Muhammad Oktorama Setiawan², Joni Hendra³

muhammadikhwaniway@gmail.com¹, setiawanoktarama@gmail.com², joniqizel77@gmail.com³

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis

ABSTRAK

Agama Islam merupakan agama yang memiliki penganut yang paling banyak di negara Indonesia ini. Agama Islam juga merupakan satu satunya agama yang diridhoi oleh Allah SWT. Nama agama Islam merupakan istilah yang menunjukkan sikap dan sifat pemeluknya terhadap Allah SWT. Nama Islam lahir bukan karena pemberian dari seseorang atau sekelompok masyarakat, tetapi dari sang pencipta langsung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif karena dianggap cocok dengan tema dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti fokus terhadap mekanisme pasar dalam islam. Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dalam memberikan data kepada para pengumpul data. Pasar dalam perspektif syariah memiliki hubungan yang sangat erat dalam islam. Pasar merupakan suatu wadah dalam melakukan transaksi jual dan beli, yang mana transaksi jual dan beli merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang diakui dalam islam.

Kata kunci: Mekanisme Pasar, Pasar, Perspektif Syariah.

ABSTRACT

Islam is the religion that has the most adherents in Indonesia. Islam is also the only religion that is approved by Allah SWT. The name of the Islamic religion is a term that shows the attitude and nature of its adherents towards Allah SWT. The name Islam was born not because of a gift from someone or a group of people, but from the creator directly. The research method used in this research is a qualitative descriptive method because it is considered suitable for the themes in this research. In this research, researchers focus on market mechanisms in Islam. In collecting data in this research, secondary data sources were used. Secondary data is data obtained indirectly by providing data to data collectors. Markets from a sharia perspective have a very close relationship in Islam. The market is a forum for carrying out buying and selling transactions, where buying and selling transactions is one of the economic activities recognized in Islam.

Keywords: Market Mechanism, Market, Syaria Perspective.

PENDAHULUAN

Agama Islam merupakan agama yang memiliki penganut yang paling banyak di negara Indonesia ini. Agama Islam juga merupakan satu satunya agama yang diridhoi oleh Allah SWT. Nama agama Islam merupakan istilah yang menunjukkan sikap dan sifat pemeluknya terhadap Allah SWT. Nama Islam lahir bukan karena pemberian dari seseorang atau sekelompok masyarakat, tetapi dari sang pencipta langsung.¹ Sumber-sumber hukum islam terdapat dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi yang merupakan wahyu Allah SWT. Islam adalah agama yang dapat menyelamatkan hidup dunia dan akhirat.²

Agama Islam berasal dari kata *aslama-yuslinu-islaman* yang berarti menyerah, tunduk, dan damai. Dalam pengertian bahwa Islam mengandung makna yang umum bukan hanya nama dari suatu agama. Ketundukan, ketaatan, dan kepatuhan merupakan makna Islam. Hal tersebut menandakan bahwa sesuatu yang tunduk dan patuh terhadap

¹ Muhammad Asvin Abdur Rohman & Sungkono, *Konsep Arti Islam Dalam Al-Qur'an*, Jurnal Studi Islam dan Humaniora, Vol. 2 No. 2, Tahun 2022, H. 50.

² Muhammad Dika Fachri., dkk, *Pengertian dan Sumber Ajaran Islam*, Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia, Vol. 1 No. 1, Tahun 2023, H. 139.

kehendak Allah adalah Islam.³ Islam dalam arti terminology adalah agama yang ajaran-ajarannya diberikan oleh Allah kepada manusia melalui utusan-utusanNya (rasul-rasul). Dengan demikian Islam adalah agama Allah yang dibawa oleh para nabi pada setiap zamannya yang berakhir dengan kenabian Nabi Muhammad SAW.⁴

Peran ekonomi Islam dalam mekanisme pasar telah memberikan kontribusi yang sangat penting dalam kacaunya situasi perekonomian bangsa Indonesia. Praktik pasar harus benar-benar menampilkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma dan nilai yang dibenarkan. Ekonomi kapitalis dan sosialis, dua ideologi ekonomi yang menjadi standar dan barometer di seluruh dunia, tampaknya tidak mampu mengendalikan mekanisme aktivitas pasar saat ini, yang sepenuhnya tidak pasti dan tidak jelas, yang menyebabkan situasi ini semakin memperburuk keadaan.⁵

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif karena dianggap cocok dengan tema dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti fokus terhadap mekanisme pasar dalam Islam.

Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dalam memberikan data kepada para pengumpul data. Data sekunder didalam penelitian ini diperoleh dari buku referensi, jurnal penelitian, internet dan sumber-sumber tidak langsung lainnya.⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melaksanakan transaksi jual dan beli atau dengan kata lain pasar adalah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi jual dan transaksi beli baik itu berbentuk produksi maupun penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pihak yang berperan sebagai penjual dan pihak yang berperan sebagai pembeli yang saling bertemu disuatu tempat yang sama atau bisa juga ditempat yang berbeda.⁷ Dalam perkembangan pasar diklasifikasikan terdapat dua pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang didalamnya terdapat adegan tawar-menawar yang dilakukan secara langsung.⁸ Sementara pasar modern adalah pasar yang dibentuk oleh pemerintah, swasta atau koperasi yang berbentuk *Mall, Supermarket, Shopping Center, Mini Market* yang dalam mengelola pasar tersebut dilakukan secara modern, yang

³ Rohidin, *Pendidikan Agama Islam Sebuah Pengantar*, FH UII Press, Yogyakarta, Tahun 2020, H. 55.

⁴ Rusdy Sulaiman, *Pengantar Metodologi Studi Sejarah Peradaban Islam*, Cetakkan I, Rajawali Press, Jakarta, Tahun 2014, H. 242.

⁵ Air Rahmi, *Mekanisme Pasar Dalam Islam*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4 No 2, Tahun 2015, H. 177.

⁶ Jose Beno., dkk, *Dampak Pandemi Covid 19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Teluk Bayur)*, Jurnal Saintek Maritim, Vol. 22 No. 2, Tahun 2022, H. 121.

⁷ Istijabatul Aliyah, *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan*, Jurnal Cakra Wisata, Vol. 18 Jilid. 2, Tahun 2017, H. 2.

⁸ Angkasawat dan Devi Milasari, *Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 14 No. 1, Tahun 2021, H. 173.

mengutamakan pelayanan dan keamanan dan dilengkapi dengan label harga yang pasti dan biasanya tidak bisa ditawar.⁹

Pasar merupakan sekumpulan orang yang terdiri dari pembeli dan penjual melalui interaksi yang nyata dalam menetapkan suatu harga dari produk, atau dapat dikatakan pasar adalah tempat menetapkan suatu harga dari suatu barang. Pasar merupakan suatu tempat yang menjadi wadah bertemunya pembeli dan penjual. Para penjual dan pembeli melakukan transaksi guna memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.¹⁰ Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu seberapa nilai produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang. Dengan demikian, pasar dapat dikatakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.

B. Jenis-Jenis Pasar

1. Pasar berdasarkan jenis barang

Pasar berdasarkan jenis barang dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Pasar homogen, yaitu pasar yang hanya menyediakan atau menjual satu jenis barang saja.
- b. Pasar heterogen, yaitu pasar yang menyediakan berbagai macam jenis barang.

2. Pasar berdasarkan bentuk dan strukturnya

Pasar berdasarkan bentuk dan strukturnya dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Pasar persaingan sempurna yang biasanya disebut juga pasar persaingan murni, yaitu pasar yang didalamnya banyak terdapat penjual dan pembelinya, masing-masing mereka juga sudah sangat hafal dengan situasi pasar. Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri seperti: (1) Memiliki banyak pembeli dan penjual, (2) Masing-masing pembeli dan penjual sudah sangat hafal terkait dengan situasi pasar, (3) Barang yang diperjualbelikan bersifat homogen atau hanya menjual satu jenis barang saja, (4) Harga yang tertera sudah ditentukan oleh pasar, (5) Tidak adanya campur tangan dari pemerintah.
- b. Pasar persaingan tidak sempurna, yaitu pasar yang didalamnya hanya terdapat beberapa penjual saja namun pembelinya sangat ramai. Dalam pasar persaingan tidak sempurna harga barang dapat ditentukan oleh penjual dan didalamnya menjual berbagai jenis barang atau sifatnya heterogen. Pasar persaingan tidak sempurna memiliki beberapa bentuk pasar, diantaranya:
 - 1) Pasar monopoli, yaitu yang terjadi ketika seluruh penawaran dari sebuah barang terjadi pada pasar yang sudah dikuasai oleh salah satu penjual atau beberapa penjual saja. Ciri-ciri pasar monopoli seperti: (1) Terdapat satu penjual saja yang memiliki peran dalam menentukan harga, (2) Jenis barang yang diperjual belikan hanya satu jenis barang saja, (3) Penjual lain tidak memiliki kekuasaan untuk menyaingi penjual yang berperan dalam menentukan harga, (4) Penjual lain tidak bisa sembarangan masuk ke pasar tersebut karena terhalangi oleh teknologi yang canggih, (5) Tidak adanya campur tangan dari pihak pemerintah.
 - 2) Pasar persaingan monopolistik, yaitu pasar yang didalamnya terdapat banyak sekali penjual dan menjual berbagai jenis barang. Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik seperti: (1) Didalam pasar terdapat banyak sekali penjual dan

⁹ Istijabatul Aliyah, *Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan*, Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung, Vol. 4 No. 2, Tahun 2014, H. 24.

¹⁰ Suprihatin Lestari, *Mengenal dan Membaca Pasar*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5 No. 2, Tahun 2022, H. 9.

pembeli, (2) Barang yang dihasilkan merupakan barang sejenis namun dengan corak atau motif yang berbeda, (3) Skala penjualan antara penjual satu dengan penjual yang lain sama sehingga tidak ada nya resiko salah satu penjual yang dpaat menguasai pasar, (4) Penjual dapat menawarkan barangnya dengan mudah dipasar, (5) Penjual tidak memiliki pengaruh dalam menentukan harga jual dalam pasar.

- 3) Pasar oligopoli, yaitu pasar yang didalamnya terdapat beberapa penjual dan menjual barang tertentu saja sehingga mengimplemantasikan antara satu dengan yang lain dalam menentukan harga. Ciri-ciri pasar oligopoli seperti: (1) Penjual yang ada didalam pasar sedikit, (2) Produk yang ditawarkan biasanya memiliki standar, (3) Peluang masuknya penjual baru dipasar terbuka, (4) Pemasaran dan iklan memiliki peran yang sangat besar dalam kelancaran bisnisnya.

C. Pasar Berdasarkan Perspektif Islam

Pasar dalam perspektif syariah memiliki hubungan yang sangat erat dalam islam. Pasar merupakan suatu wadah dalam melakukan transaksi jual dan beli, yang mana transaksi jual dan beli merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang diakui dalam islam. Hal tersebut diperkuat dengan Qur`an Surah An-Nissa ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”

Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Menurut ulama tafsir, larangan memakan harta orang lain dalam ayat ini mengandung pengertian yang luas dan dalam, antara lain: a. Agama Islam mengakui adanya hak milik pribadi yang berhak mendapat perlindungan dan tidak boleh diganggu gugat. b. Hak milik pribadi, jika memenuhi nisabnya, wajib dikeluarkan zakatnya dan kewajiban lainnya untuk kepentingan agama, negara dan sebagainya. c. Sekalipun seseorang mempunyai harta yang banyak dan banyak pula orang yang memerlukannya dari golongan-golongan yang berhak menerima zakatnya, tetapi harta orang itu tidak boleh diambil begitu saja tanpa seizin pemiliknya atau tanpa menurut prosedur yang sah. Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau menjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya.

Agama islam menganggap bahwa pasar merupakan wahana bertransaksi atau berniaga dengan cara yang halal dan *tayyib* sehingga secara umum pasar dalam perspektif syariah merupakan mekanisme alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi yang paling ideal, penghargaan pasar terhadap mekanisme pasar berlandaskan dari ketentuan Allah yang harus dilakukan dengan cara yang baik berdasarkan prinsip ridha sama ridha sehingga terciptakan keadilan dalam bertransaksi.

Orang-orang yang terlibat dalam didalam pasar memiliki tujuan dalam bertransaksi yang mendapatkan keridhaan Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup

bersama disamping kesejahteraan individu.¹¹

D. Mekanisme Pasar Menurut Ahli

Pasar merupakan suatu aktivitas dalam menentukan harga dari suatu barang yang terjadi melalui mekanisme tertentu. Pasar memiliki peran yang sangat penting didalam meningkatkan perekonomian disuatu negara. Mekanisme pasar sendiri merupakan proses penentuan harga dalam suatu pasar yang didasari oleh permintaan dan penawaran didalam pasar. Terdapat beberapa ahli yang menyimpulkan terkait dengan mekanisme pasar, diantaranya:

1. Mekanisme Pasar menurut pemikiran Ibnu Taimiyyah

Ibnu Taymiyah berpendapat bahwa ada berbagai jenis permasalahan yang perlu dihadapi di pasar, mulai dari mekanisme yang ada di pasar hingga penetapan harga yang adil. Ibnu Taimiyah menganjurkan gagasan pasar bebas, dimana harga dipengaruhi oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Kadang-kadang penyebabnya adalah kurangnya produksi atau berkurangnya impor barang yang diminta. ketika keinginan untuk membeli suatu produk menurun, maka harganya pun naik. Namun jika ketersediaan produk meningkat dan keinginan membeli menurun maka harga akan turun. Kekurangan atau kelimpahan ini bukan disebabkan oleh tindakan satu individu saja. Terkadang ada penyebab yang tidak berhubungan dengan penipuan, dan terkadang ada penyebab yang berhubungan dengan penipuan.

Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa anggapan masyarakat saat itu bahwa kenaikan harga saat itu disebabkan oleh ketidakjujuran atau perbuatan melawan hukum yang dilakukan penjual.

Ibnu Taimiyah berpendapat persepsi yang muncul saat itu belum tentu benar, karena kenaikan dan penurunan harga bisa disebabkan oleh kekuatan pasar. Ibnu Taymiyya secara khusus menyatakan pasokan bisa berasal dari produksi dalam negeri dan produksi impor. Perubahan penawaran digambarkan sebagai kenaikan atau penurunan jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan.¹²

2. Mekanisme pasar menurut Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun menjelaskan mekanisme pasar dan harga dalam bukunya *Muqaddimah*.

Ibnu Khaldun membagi kebutuhan manusia menjadi dua kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer (makanan pokok atau dalli), yaitu makanan pokok, segala sesuatu yang sejenis seperti gandum dan sayur-sayuran, bawang merah, bawang putih, dan lain-lain. Dan kebutuhan sekunder, buah-buahan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, kendaraan, kerajinan tangan lainnya dan bangunan dan sebagainya yang bersifat tersier.¹³ Ibnu Khaldun berpendapat ada empat faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar: teori harga, teori nilai, spesialisasi tenaga kerja, dan negara/pemerintah.

3. Mekanisme pasar menurut Abu Yusuf

Pemikiran Abu Yusuf tentang pasar dapat dijumpai dalam karyanya *Al-kharaj*. Buku tersebut membicarakan terkait prinsip dasar mekanisme pasar. Menurutna naik

¹¹ Suprihatin Lestari, *Mengenal dan Membaca Pasar*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5 No. 2, Tahun 2022, H. 10-11.

¹² Afiqoh Agustin., dkk, *Mekanisme Pasar Menurut PemikiranTaimiyyah dan Ibnu Khaldun*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, H. 22-23.

¹³ Arfin, *Studi Komperatif Tentang Mekanisme Pasar Ibnu Khaldun dan Adam Smith*. Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 4 No. 2, Tahun 2014, H. 23.

dan turunnya produksi dapat mempengaruhi harta. Abu Yusuf mengidentifikasi adanya variabel lain yang turut mempengaruhi harga misalnya jumlah uang yang beredar di suatu negara tertentu. Pada dasarnya pemikiran yang dicetus oleh Abu Yusuf ini merupakan observasi terhadap fakta empiris. Seringkali terjadi melimpahnya barang ternyata diakui dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah.

KESIMPULAN

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melaksanakan transaksi jual dan beli atau dengan kata lain pasar adalah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi jual dan transaksi beli baik itu berbentuk produksi maupun penentuan harga.

Pasar dalam perspektif syariah memiliki hubungan yang sangat erat dalam Islam. Pasar merupakan suatu wadah dalam melakukan transaksi jual dan beli, yang mana transaksi jual dan beli merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang diakui dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Afiqoh., dkk. Mekanisme Pasar Menurut Pemikiran Taimiyyah dan Ibnu Khaldun. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Aliyah, Istijabatul. 2014. Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Arsitek Universitas Bandar Lampung*. Vol. 4 No. 2.
- Aliyah, Istijabatul. 2017. Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Jurnal Cakra Wisata*. Vol. 18 Jilid. 2.
- Angkasawati & Milasari, Devi. 2021. Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 14 No. 1.
- Arifin. 2014. Studi Komparatif Tentang Mekanisme Pasar Ibnu Khaldun dan Adam Smith. *Jurnal Bisnis Islam*. Vol. 4 No. 2.
- Beno, Jose., dkk. 2022. Dampak Pandemi Covid 19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Teluk Bayur). *Jurnal Saintek Maritim*. Vol. 22 No. 2.
- Fachri, Muhammad., dkk. 2023. Pengertian dan Sumber Ajaran Islam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*. Vol. 1 No. 1.
- Lestari, Suprihatin. 2022. Mengenal dan Membaca Pasar. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 5 No. 2.
- Rahmi, Air. 2015. Mekanisme Pasar Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 4 No. 2.
- Rohidin. 2020. Pendidikan Agama Islam Sebuah Pengantar. Yogyakarta: FH UII Press.
- Rohman, Muhammad & Sungkono. 2022. Konsep Arti Islam Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Studi Islam dan Humaniora*. Vol. 2 No. 2.
- Sulaiman, Rusdy. 2014. Pengantar Metodologi Studi Sejarah Peradaban Islam, Cetakkan I. Jakarta: Rajawali Press.