

Ekonomi Mikro Islam



Disusun Oleh:

**Bank Indonesia bekerja sama dengan
Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
dan Perguruan Tinggi**

EKONOMI MIKRO ISLAM

Disusun Oleh:

**Bank Indonesia bekerja sama dengan
Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
dan Perguruan Tinggi**

Tim Penulis:

1. Assoc. Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik (Institut Pertanian Bogor)
2. Prof. Dr. M. Nur Rianto Al Arif, M.Si. (UIN Syarif Hidayatullah)
3. Prof. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si. (Universitas Airlangga)
4. Assoc. Prof. Alfiah Hasanah, S.E., M.Ec., PhD (Universitas Padjadjaran)

Expert Reviewer:

Prof. Nurul Huda

Editor:

1. Dr. Ali Sakti (DEKS BI)
2. Dr. M.S. Nurzaman (ME KNEKS)

2024

Halaman ini sengaja dikosongkan

SAMBUTAN GUBERNUR BANK INDONESIA

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Mahakuasa, yang dengan rahmat dan karunia-Nya buku “Ekonomi Mikro Islam” ini dapat diterbitkan. Buku ini merupakan hasil kerjasama Bank Indonesia bersama Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dan beberapa Perguruan Tinggi yaitu Institut Pertanian Bogor, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Airlangga, dan Universitas Padjadjaran. Shalawat dan salam kepada Rasulullah saw, beserta keluarga dan para sahabat beliau, yang telah berjasa menyampaikan cahaya risalah dan pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua.

Dalam khasanah pengetahuan ekonomi, ekonomi mikro merupakan pengetahuan dasar yang penting untuk dipahami karena terdapat asumsi-asumsi dasar yang melandasi aktivitas ekonomi dari logika sampai dengan teori yang terbangun. Ekonomi mikro memberikan pemahaman penting dalam keilmuan ekonomi, antara lain teori perilaku ekonomi, teori permintaan, teori penawaran dan perangkat ekonomi seperti pasar beserta kebijakannya. Pemahaman pada perilaku ekonomi berdasarkan perspektif Islam tentu menjadi bagian dari pengetahuan dasar yang tidak terpisahkan, karena dari pemahaman inilah teori-teori ekonomi Islam berdiri dan berkembang. Dengan prinsip moral yang mendahulukan pemanfaatan bagi sesama dan prinsip syariat yang mewajibkan aktivitas halal, kewajiban membayar zakat, melarang riba dan spekulasi, tentu akan membentuk teori perilaku ekonomi yang relatif berbeda dari teori ekonomi modern yang kita kenai, baik di sisi konsumsi (permintaan) maupun di sisi produksi (penawaran). Melalui buku ini, pesan utama yang disajikan oleh ekonomi syariah menjadi semakin tajam dipahami, yaitu terbangunnya sistem ekonomi yang produktif dan inklusif tanpa mengabaikan upaya pembentukan pelaku-pelaku ekonomi yang bersahaja dengan mengedepankan nilai-nilai kejujuran, keadilan dan kebersamaan (kepedulian). Buku ini menjadi syarat pemahaman ekonomi syariah selanjutnya di berbagai aspek, baik pemahaman di sektor riil dan sektor keuangan, sektor publik serta sektor swasta maupun sektor komersial dan sektor sosial dari ekonomi.

Bank Indonesia berharap buku ini menjadi buku utama yang patut dipelajari dalam rangka memahami ekonomi syariah secara menyeluruh. Selain itu, buku ini diharapkan dapat membantu pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia, serta

mendorong Indonesia menjadi pusat pembelajaran ekonomi dan keuangan syariah di dunia.

Akhir kata, pada kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada KNEKS, Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah (DEKS) Bank Indonesia, para penulis dari berbagai perguruan tinggi yang terlibat, serta seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan buku ini. Semoga Allah swt senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita dalam mewujudkan Indonesia yang Maju serta sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 2024

Gubernur Bank Indonesia

Perry Warjiyo

SAMBUTAN KETUA IKATAN AHLI EKONOMI ISLAM INDONESIA (IAEI)

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.
Bismillahirrahmanirrahim.*

Ekonomi syariah sudah menjadi bagian integral dalam ekosistem ekonomi dan keuangan di Indonesia. Industri ekonomi syariah telah menunjukkan capaian yang signifikan di tengah masih banyaknya aspek yang perlu ditingkatkan. Salah satu tantangan yang perlu dibenahi adalah pemahaman masyarakat terhadap ekonomi syariah itu sendiri.

Literasi ekonomi syariah yang masih rendah selaras dengan masih belum terbangunnya keilmuan ekonomi syariah secara kokoh. Hal ini mempengaruhi kualitas pengajaran dan output lulusan program studi ekonomi syariah itu sendiri. Perguruan tinggi seringkali kesulitan dalam pengajaran ekonomi syariah dikarenakan absennya referensi rujukan, termasuk di antaranya terkait Ekonomi Mikro Islam. Referensi buku terkait Ekonomi Mikro Islam penting untuk menciptakan individu yang paham tentang ekonomi syariah, sehingga dapat menghadirkan ekonomi nasional yang mandiri, stabil, kuat dan berkeadilan.

Maka dari itu, Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI) mengapresiasi kegiatan penulisan buku Ekonomi Mikro Islam yang disusun oleh Bank Indonesia dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) yang bekerjasama dengan empat perguruan tinggi di Indonesia, mencakup Institut Pertanian Bogor (IPB), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Airlangga, dan Universitas Padjadjaran. Saya juga sangat bangga karena tim penulis buku merupakan para pengurus IAEH baik di Dewan Pimpinan Pusat maupun Komisariat IAEI. Ini merupakan sinyal baik kolaborasi dan sinergi antar pemangku kepentingan ekonomi syariah di Indonesia.

Saya berharap, buku ini dapat memperkaya khazanah keilmuan ekonomi syariah terutama bagi 700 lebih program studi ekonomi syariah yang tersebar di Indonesia baik di bawah naungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Perguruan Tinggi Umum) maupun dibawah Kementerian Agama (Perguruan Tinggi Keagamaan Islam).

Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk perkembangan keilmuan ekonomi syariah yang selanjutnya dapat dipraktekkan secara riil sehingga cita cita Indonesia menjadi pusat ekonomi syariah segera tercapai.

Ketua Umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI)

Sri Mulyani Indrawati

DAFTAR ISI

Sambutan Gubernur Bank Indonesia	v
Sambutan Ketua Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI)	vii
Daftar Isi	ix
BAB 1: Pengantar Ekonomi Mikro Islam	01
BAB 2: Model Perilaku Manusia.....	27
BAB 3: Teori Perilaku Konsumen	51
BAB 4: Teori Permintaan Islami.....	83
BAB 5: Teori Perilaku Produsen	103
BAB 6: Teori Biaya.....	127
BAB 7: Teori Penawaran	153
BAB 8: Mekanisme Pasar	181
BAB 9: Ketidaksempurnaan Pasar Dan Intervensi Pemerintah	197
BAB 10: Distribusi Dalam Ekonomi Mikro Islam.....	213
BAB 11: Upaya Menuju Tipologi <i>Maslahah-Oriented Economic Man</i>	233

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB 1:

PENGANTAR EKONOMI MIKRO ISLAM

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut ini :

- Definisi dan ruang lingkup ekonomi mikro Islam
- Perbedaan antara ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional
- Konsep kelangkaan dan rezeki dalam Islam
- Konsep kesejahteraan yang menjadi fondasi ekonomi mikro Islam

1.1. Definisi dan Ruang Lingkup Ekonomi mikro Islam

Ilmu ekonomi secara sederhana dapat dimaknai sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan hidupnya. Bagaimana manusia mengalokasikan sumberdaya yang ada untuk melakukan kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi, sehingga kualitas kehidupan manusia berada dalam kondisi yang baik dan sejahtera, di mana definisi sejahtera sendiri sangat bergantung kepada bagaimana manusia memahami konsepsi kesejahteraan itu sendiri. Dalam mengalokasikan sumberdaya tersebut, manusia memiliki sejumlah pilihan, di mana setiap pilihan tersebut memiliki implikasi dan konsekuensi tertentu. Dalam konteks inilah maka kehadiran ilmu ekonomi menjadi sangat penting, karena ilmu ekonomi mampu membantu manusia di dalam menentukan pilihan dan mengambil keputusan atas produksi, konsumsi dan distribusi yang dilakukannya. Terkait dengan konsep pilihan maka Samuelson (2009) menyatakan *Economics is the Science of Choice*.

Manusia sebagai obyek utama dari ilmu ekonomi merupakan obyek studi yang sangat kompleks. Manusia memiliki sejumlah karakteristik dan sifat yang akan memengaruhi perilaku ekonomi yang dilakukan. Bahkan pada kondisi tertentu, sifat manusia bisa jadi sangat bertolak belakang. Pada satu sisi manusia dapat menjadi makhluk yang penyayang, memiliki kepedulian yang tinggi, dan bahkan sanggup mengorbankan kepentingan dirinya bagi manusia yang lain, namun pada sisi lain, manusia dapat berubah menjadi makhluk yang kejam, serakah, tidak peduli pada yang lain, dan bahkan rela untuk mengorbankan manusia lain bagi kepentingan dirinya. Kompleksitas sifat manusia inilah yang kemudian akan menjadikan pembahasan ilmu ekonomi menjadi sesuatu yang dinamis dan kompleks.

Kompleksitas yang ada menyebabkan munculnya perbedaan pendekatan teori yang satu dengan pendekatan teori yang lain yang sangat fundamental, dan boleh jadi kontradiktif. Satu teori dapat konsisten dengan tipologi manusia yang dijadikan sebagai dasar asumsinya, namun boleh jadi tidak konsisten dengan tipologi manusia yang berbeda karakteristiknya. Sebagai contoh, Tuan A memiliki uang lima ribu rupiah di kantongnya. Ia merasa sangat haus. Saat itu berada di dekat warung yang menjual air mineral

seharga lima ribu rupiah. Pada saat yang sama, Tuan A melihat seorang ibu, yaitu Nyonya B, yang sudah tua dan juga nampak kehausan. Nyonya B tidak memiliki uang dan hanya bisa melihat warung tersebut dengan pandangan yang cukup mengibakan.

Jika Tuan A adalah orang yang berorientasi hanya pada dirinya, maka ia akan membeli minuman hanya untuk dirinya. Namun jika Tuan A adalah orang yang berorientasi pada kemaslahatan bersama, maka ia pasti akan membagi minumannya pada Nyonya B, atau bahkan ia mengorbankan dirinya dengan memberi seluruh air mineral tersebut pada Nyonya B, atau yang dikenal dengan istilah *itsar*. *Itsar* adalah mendahulukan kepentingan dan kebutuhan orang lain di atas kepentingan dan kebutuhan dirinya. Artinya, bagaimana ilmu ekonomi memahami keputusan Tuan A akan sangat bergantung kepada tipe manusia seperti apa yang menjadi referensi utamanya.

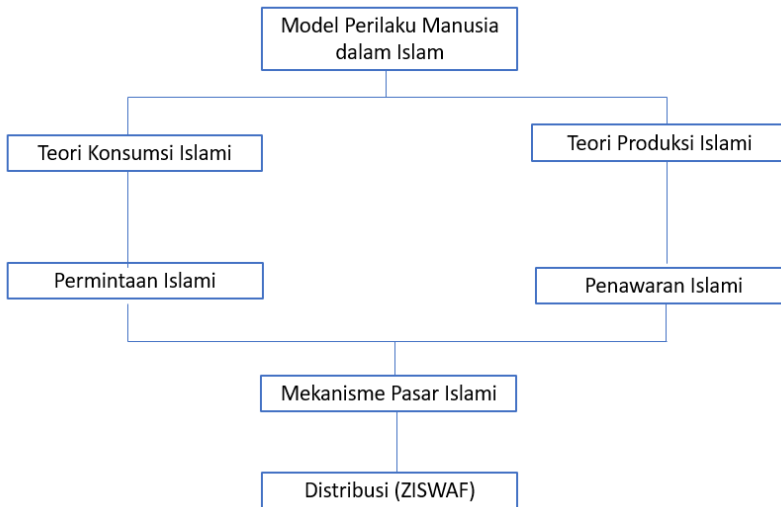
Pada pendekatan konvensional, dengan konsepsi *self interest* sebagaimana yang diajarkan Adam Smith (1776), boleh jadi pilihan yang paling rasional adalah ketika Tuan A mengonsumsi sendiri air mineral tersebut, demi memenuhi dahaganya sehingga ia memiliki tingkat kepuasan yang maksimal.

Di sinilah letak dinamika dan kompleksitas ilmu ekonomi. Jika ilmu ekonomi mempelajari manusia dengan tipologi yang berorientasi pada dirinya, maka ia tidak akan bisa menjelaskan fenomena ketika Tuan A memiliki sifat *itsar* dalam dirinya. Demikian pula ketika tipologi manusia yang digunakan adalah manusia yang berorientasi pada kemaslahatan, maka fenomena egoisme Tuan A tidak dapat dijelaskan dengan baik. Karena itulah, pemilihan tipologi manusia dan asumsi yang mendasarinya, merupakan hal yang sangat fundamental dalam pengembangan ilmu ekonomi. Hal ini pula yang memungkinkan adanya perbedaan mazhab dalam ilmu ekonomi karena adanya perbedaan cara pandang dan realitas antara satu dengan yang lainnya. Dalam ilmu ekonomi Islam, yang dipelajari adalah bagaimana manusia memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, beserta segala konsekuensinya apabila manusia memilih cara memenuhi kebutuhan hidup yang tidak sejalan dengan tuntunan agama.

Dalam mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan hidupnya, maka ilmu ekonomi dibagi ke dalam dua pendekatan utama, yaitu pendekatan mikro dan pendekatan makro. Pada pendekatan mikro, atau seringkali disebut dengan ekonomi mikro, yang dipelajari adalah bagaimana perilaku individu (rumah tangga) baik sebagai konsumen maupun produsen, yang kemudian menciptakan kekuatan permintaan dan penawaran beserta interaksi di antara keduanya, sehingga menghasilkan mekanisme pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pula. Adapun pada pendekatan makro, atau juga disebut dengan makroekonomi, yang dipelajari adalah bagaimana proses agregasi dari pendekatan mikro dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, stabilitas perekonomian, termasuk di dalamnya adalah tingkat inflasi, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi perekonomian suatu masyarakat atau negara.

Ekonomi mikro Islam dapat didefinisikan sebagai *cabang ilmu ekonomi Islam yang mempelajari perilaku individu (rumah tangga) konsumen dan produsen, serta interaksi diantara keduanya melalui mekanisme pasar yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah*,

disertai dengan pelaksanaan distribusi ekonomi yang berkeadilan. Adapun ruang lingkup yang akan dipelajari dalam Ekonomi mikro Islam adalah sebagaimana yang terdapat dalam Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Ruang Lingkup Ekonomi Mikro Islam

Gambar 1.1 juga menjelaskan bahwa titik berangkat dalam pembahasan Ekonomi mikro Islam adalah pada model manusia yang nantinya akan mempengaruhi perilaku belanja pada sisi konsumsi, maupun perilaku berusaha pada sisi produksi, yang kemudian nantinya akan membentuk teori konsumsi dan teori produksi Islam. Teori konsumsi Islam nantinya akan membentuk permintaan Islam, dan dari teori produksi Islam akan melahirkan penawaran Islam. Interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran Islam inilah yang nantinya akan membentuk mekanisme pasar Islam. Jika terjadi kegagalan pada mekanisme pasar yang ada, maka diperlukan adanya intervensi kebijakan. Kemudian untuk memastikan terjaganya aspek keadilan, maka juga masalah distribusi memegang peranan yang sangat penting.

Ruang lingkup distribusi, selain terkait ZISWAF, juga meliputi distribusi kekayaan dan pendapatan, baik yang melalui sektor komersial maupun sektor sosial. Dalam khasanah ekonomi modern/konvensional distribusi didefinisikan kurang lebih adalah cara total output, pendapatan, atau kekayaan didistribusikan di antara individu-individu atau di antara faktor-faktor produksi (seperti tenaga kerja, tanah, dan modal). Dengan prinsip moral (akidah dan akhlak) dan prinsip hukum Islam (syariat), aktivitas atau praktik distribusi kekayaan dan pendapatan semakin dipertegas dengan anjuran moral peduli dengan sesama (ukhuwah dan berjamaah) melalui anjuran sedekah, infak, dan wakaf. Selain itu penguatan distribusi kekayaan dan pendapatan menjadi pesan utama dari ketentuan hukum seperti kewajiban zakat, pelarangan riba (bunga) dan maysir (judi/spekulasi). Distribusi kekayaan dan pendapatan mungkin akan sangat jelas terlihat mekanismenya pada anjuran sedekah, infak dan wakaf, terlebih lagi zakat. Namun peran pelarangan riba dan

maysir tidak kalah penting dalam memastikan dan mendorong distribusi kekayaan dan pendapatan.

Dengan pelarangan riba dan maysir, tidak akan ada kecenderungan konsentrasi (penumpukan) kekayaan hanya ada di kelompok orang kaya. Karena pelarangan riba dan maysir mendorong pemilik harta atau uang yang ingin menghasilkan pendapatan/keuntungan harus terlibat dalam aktivitas produksi barang dan jasa baik secara langsung sebagai pelaku usaha atau secara tidak langsung sebagai investor. Dengan begitu, harta atau uang terdistribusi ke sektor usaha menghidupkan aktivitas produktif ekonomi yang melibatkan banyak pelaku ekonomi lainnya.

Berbeda dengan riba dan maysir yang aktivitasnya tidak produktif dan cenderung mendorong harta atau uang terkonsentrasi pada kelompok pemilik harta atau uang. Terkait dengan itu, definisi jual beli yang dibenarkan dalam syariah sebagai aktivitas utama yang ditujukan untuk mendapatkan keuntungan (*generating income*) adalah jual-beli yang jelas barang/jasanya sebagai *underlying transaction*. Dalam perspektif ekonomi Islam, distribusi kekayaan dan pendapatan kepada setiap individu, pada dasarnya agar setiap individu tidak memiliki masalah dalam pemenuhan kebutuhan pokoknya sehingga setiap individu dapat menjalankan kewajibannya sebagai hamba Tuhan (ibadah). Artinya ekonomi terjaga fungsinya dalam menjaga keimanan dan alat yang efektif untuk semakin dekat dengan Tuhan. Sehingga posisi ekonomi dalam Islam adalah membantu manusia dalam menjalankan “misi”-nya di dunia, yaitu beribadah:

“Dan tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia melainkan untuk beribadah kepada-Ku (saja)” (QS. Adz-Dzaariyaat: 56).

Box 1. Ekonomi mikro Islam adalah cabang ilmu ekonomi Islam yang mempelajari perilaku individu konsumen dan produsen, serta interaksi diantara keduanya melalui mekanisme pasar yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, disertai dengan pelaksanaan distribusi ekonomi yang berkeadilan.

Box 2. Wants vs Needs

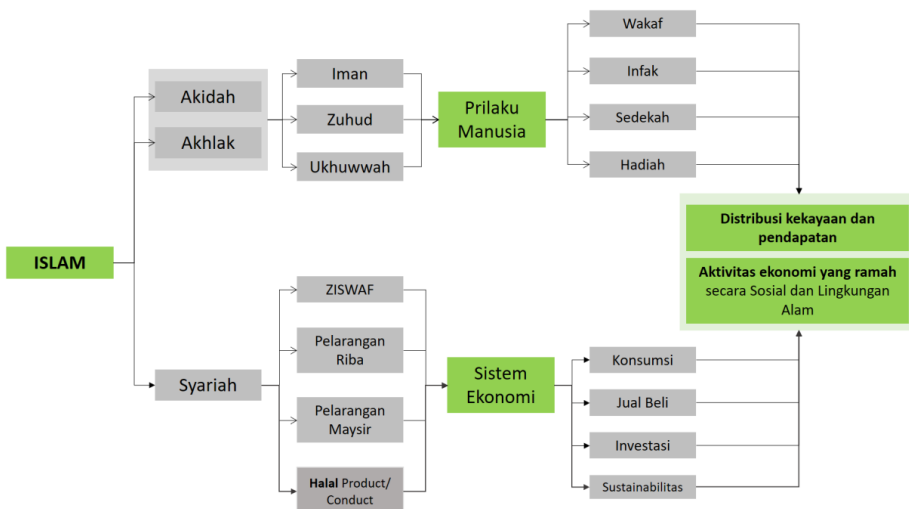
Salah satu konsepsi yang penting adalah terkait dengan *wants* (keinginan) dan *needs* (kebutuhan). Seringkali kedua istilah ini dipersamakan, meskipun sesungguhnya keduanya adalah konsep yang berbeda. Keinginan atau *wants* pada dasarnya merupakan konsep yang berangkat dari aspek psikologis/emosi, di mana manusia memiliki keinginan yang mungkin tidak terbatas. Sedangkan kebutuhan atau *needs* pada dasarnya merefleksikan sesuatu yang diperlukan oleh manusia. Dengan konsepsi ini, maka keinginan (*wants*) ini sebaiknya dikendalikan dan kebutuhan (*needs*) sebaiknya dipenuhi.

Box 3. Kisah Sya’ban RA

Ada salah seorang sahabat Rasulullah SAW yang bernama Sya’ban RA, yang dalam sakratul maut perjalanan hidupnya diperlihatkan oleh Allah SWT akan dampak dari

perbuatannya semasa hidup. Sya'ban RA menyatakan penyesalan dalam 3 hal, yaitu : (1) *mengapa tidak lebih jauh*, (ii) *mengapa tidak yang baru*; dan (iii) *mengapa tidak semua*. Tiga pertanyaan ini muncul setelah Allah memperlihatkan balasan atas tiga perbuatannya sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah SAW. Ketika Sya'ban RA berjalan dari rumahnya ke Masjid Nabawi selama tiga jam jalan kaki, maka setiap langkah dihitung sebagai amal kebajikan. Melihat besarnya balasan Allah, Sya'ban berkata mengapa tidak lebih jauh. Maksudnya, andaikan rumahnya lebih jauh lagi dari Mesjid Nabawi. Kemudian pada saat ia menginfakkan baju bekas yang dipakainya pada orang yang kedinginan, dan balasannya adalah pahala yang besar, ia menyatakan mengapa bukan pakaian baru yang ia berikan. Demikian pula ketika ia memberikan sebagian roti dan susu kepada pengemis yang kelaparan saat ia hendak sarapan, maka ia menyatakan kenapa tidak semua roti dan susu itu ia berikan pada pengemis tersebut. Masya Allah, Sya'ban RA bukan menyesali perbuatannya, melainkan menyesali mengapa tidak lebih optimal lagi dalam perbuatan baiknya. Inilah contoh keputusan ekonomi yang menggambarkan tipologi manusia yang tidak hanya mengedepankan kepentingan dirinya, namun juga memperhatikan kepentingan orang lain.

Dengan ruang lingkup pembahasan seperti yang dijelaskan di atas berikut contoh aplikasinya, maka secara sederhana ruang lingkup ekonomi mikro Islam mengacu pada prinsip-prinsip Islam berupa nilai-nilai moral (akidah dan akhlak) dan prinsip syariat (hukum Islam). Nilai-nilai moral Islam seperti keimanan, zuhud dan ukhuwwah dari sudut pandang ekonomi akan menyasar pada pembentukan Perilaku yang peduli dengan manusia lain yang kekurangan, sehingga Perilaku untuk berbagi harta melalui sedekah, infak, wakaf atau hadiah menjadi lebih besar. Sementara itu, prinsip syariat yang mewajibkan zakat, pelarangan riba dan maysir serta aktivitas ekonomi yang patuh pada prinsip halal cenderung membentuk sistem ekonomi dan menjadi panduan bagi pelaku-pelaku ekonomi di dalamnya (lihat gambar).



Gambar 1.2. Prinsip Ekonomi Islam

Pedoman berupa nilai-nilai moral dan prinsip syariat, disebutkan dalam Al Qur'an dan Al Hadits, sebagai berikut:

"Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'". (QS Al Baqarah: 43).

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya." (QS Al Baqarah: 275).

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS An Nisa: 29)

"Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, kelebihan (dari apa yang diperlukan)." (QS Al Baqarah: 219).

"Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia." (HR. Thabrani dan Daruquthni).

"Tidaklah beriman, orang yang kenyang sementara tetangganya lapar sampai ke lambungnya." (HR Al-Bukhari)

"Sesungguhnya sedekahnya orang muslim itu dapat menambah umurnya, dapat mencegah kematian yang buruk (su'ul khotimah), Allah akan menghilangkan darinya sifat sombong, kefakiran dan sifat bangga pada diri sendiri". (HR. Thabrani).

Pedoman-pedoman berupa nilai-nilai moral dan prinsip syariat, akhirnya membentuk Perilaku manusia sebagai pelaku ekonomi yang digerakkan atau dimotivasi oleh ketiaan pada Tuhan dan berusaha menjadi manusia yang paling mulia di hadapan Tuhan dari aktivitas ekonomi yang mereka lakukan.

1.2. Perbedaan Ekonomi mikro Islam dan Ekonomi mikro Konvensional

Pada dasarnya, tidak ada satu pun cabang ilmu yang bersifat netral. Semua ilmu pasti memiliki kandungan nilai, walaupun para ahli pendukung ilmu tersebut mengatakan bahwa disiplin ilmu mereka adalah netral. Dalam tradisi keilmuan, prinsip bebas nilai pada dasarnya merupakan hal yang bersifat utopia, termasuk dalam ilmu ekonomi. Tidak mungkin ilmu ekonomi bebas nilai, karena ia pasti merefleksikan nilai tertentu. Untuk

itu, dalam memahami sistem nilai ini maka perlu dipahami konsep *worldview* atau cara pandang terhadap sistem nilai yang menjadi pondasi pengembangan ilmu itu sendiri.

Dalam pendekatan ilmu ekonomi konvensional, termasuk ekonomi mikro konvensional di dalamnya, filosofi keilmuan yang dibangun, didasarkan pada tiga prinsip utama, yaitu prinsip bebas nilai, rasionalisme, dan empirisme. Bebas nilai artinya ilmu yang dibangun harus bebas nilai dan tidak boleh diintervensi oleh nilai tertentu, dengan tujuan untuk menjaga obyektivitasnya. Sementara rasionalisme artinya satu paham yang sangat menitikberatkan pada kekuatan pengetahuan yang bersumber dari akal manusia. Akal manusia diyakini akan melahirkan pengetahuan yang bersifat logis. Selama sesuai dengan nalar dan logika, maka suatu konsep atau teori dapat diterima. Sedangkan empirisme artinya paham yang menyatakan bahwa segala sesuatu harus dapat dibuktikan secara empiris. Sesuatu yang tidak bisa dibuktikan secara empiris maka akan tertolak. Jadi, dengan prinsip ini maka semua teori yang dibangun dalam keilmuan ekonomi konvensional haruslah bebas nilai, sesuai dengan logika manusia, dan harus dapat dibuktikan secara empiris. Dengan konsepsi seperti ini maka posisi pengetahuan yang bersumber dari ajaran agama tidak dapat diterima, kecuali jika logis dan dapat dibuktikan secara empiris. Tentu hal ini tentu tidak sesuai dengan konsepsi Islam yang menempatkan posisi Al-Quran dan Sunnah pada tempat tertinggi. Fungsi akal pada dasarnya adalah mengkonfirmasi kebenaran Al-Quran dan Sunnah. Karena itu, memahami perbedaan cara pandang ini menjadi sangat penting, agar dapat diketahui perbedaan antara ekonomi mikro konvensional dengan ekonomi mikro Islam.

Secara umum, dalam buku ini akan dibahas dua perbedaan utama antara ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional. Keduanya adalah perbedaan dari sisi *worldview* dan perbedaan dari sisi prototipe manusia yang digunakan.

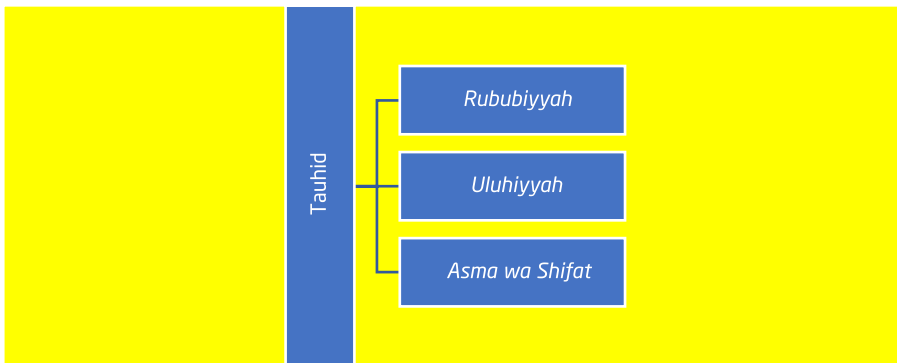
1.2.1. Perbedaan *Worldview* Ekonomi mikro Islam dan Konvensional

Worldview secara sederhana merupakan pandangan hidup atau pandangan dunia. Cara pandang manusia ini sangat dipengaruhi oleh beragam faktor. Ia dapat dipengaruhi oleh nilai adat istiadat, tingkat pendidikan, pengalaman hidup, budaya, faktor geografi, media, agama, kemajuan teknologi, dan lain-lain. Semua faktor tersebut dapat membentuk cara pandang manusia akan hakekat, makna, dan tujuan hidup yang dijalaninya.

Dalam perspektif ilmu, *worldview* akan memengaruhi pandangan filosofis terhadap konstruksi keilmuan. Karena itu, *worldview* yang didasarkan pada ajaran Islam merupakan pondasi dasar yang membentuk bangunan keilmuan ekonomi mikro Islam, sekaligus membedakannya secara fundamental dengan ekonomi mikro konvensional. Adapun *worldview* ekonomi mikro konvensional didasarkan pada pandangan sekuleristik yang disandarkan pada prinsip rasionalisme dan empirisme yang kokoh. Paling tidak, ada enam komponen *worldview* yang membedakan secara mendasar antara ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional. Keenam komponen tersebut adalah konsep tentang Tuhan, agama, manusia, alam, pengetahuan, dan tujuan hidup.

1.2.1.1. Konsep tentang Tuhan

Pada komponen pertama, ekonomi mikro Islam dan ekonomi mikro konvensional berbeda dalam konsep ketuhanan. Ekonomi mikro Islam dibangun di atas prinsip Tauhid, yaitu menempatkan Allah SWT pada posisi sebagai Dzat yang wajib disembah dan diikuti serta tidak boleh dipersekutukan dengan apapun. Keyakinan ini terefleksikan dalam konsep Tauhid *Rububiyyah*, Tauhid *Uluhiyyah*, dan Tauhid *Asma wa Shifat*. Ini adalah bagian dari akidah dan keyakinan yang harus dijaga dan dipegang teguh.



Gambar 1.3 Tiga Konsep Tauhid

Tauhid *Rububiyyah* adalah konsepsi tauhid yang menempatkan Allah SWT sebagai satu-satunya Dzat yang Maha Pencipta dan Maha Menguasai alam semesta beserta seluruh isinya, sementara Tauhid *Uluhiyyah* menempatkan Allah SWT sebagai satu-satunya Dzat yang berhak untuk disembah dan diikuti. Tiada Tuhan yang patut disembah kecuali Allah SWT. Implikasinya, apapun aturan hidup yang ditetapkan-Nya, maka itu adalah aturan yang wajib diikuti dan dilaksanakan oleh hamba-hamba-Nya. Ketika Allah SWT telah menetapkan larangan untuk tidak memakan harta orang lain secara batil, sebagaimana terdapat dalam QS An-Nisa ayat 29, maka itu adalah ketentuan yang wajib diikuti oleh seluruh hamba-Nya.

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (QS An-Nisa ayat 29)

Demikian pula ketika Allah SWT mengharamkan riba secara tegas, maka konsepsi perhitungan bunga tidak boleh ada dalam kamus ekonomi dan bisnis berbasis syariah. Dalam teori produksi, maka tidak diperkenankan produsen untuk memproduksi barang-barang yang haram. Demikian pula pada sisi konsumsi, Islam secara tegas melarang untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang haram. Pelanggaran terhadap ketentuan Allah SWT ini akan menimbulkan konsekuensi negatif dalam kehidupan perekonomian manusia.

Sementara Tauhid *Asma wa Shifat* menempatkan keyakinan hamba atas keagungan dan keindahan nama-nama dan sifat Allah yang Maha Sempurna dan tidak ada cacat sedikitpun. Nama-nama ini memberikan implikasi yang mendalam bagi keimanan dan keyakinan seseorang, termasuk dalam membangun ekonomi mikro Islam. Sebagai contoh adalah salah satu nama Allah, yaitu Ar-Razzaq (Maha Pemberi Rezeki). Kata “Ar-Razzaq” ini terdapat dalam QS Adz-Dzariyat ayat 58.

“Sesungguhnya Allah Dialah Maha Pemberi rezeki Yang mempunyai Kekuatan lagi Sangat Kokoh”. (QS Adz-Dzariyat ayat 58)

Menurut Zain (2017) terdapat empat pengertian dari Ar-Razzaq menurut Imam Al-Ghazali (450 - 505 H). *Pertama*, Allah SWT menyediakan rezeki tanpa akan kehabisan. Dengan kata lain Allah menjamin rezeki akan selalu ada. *Kedua*, Allah SWT telah menciptakan pihak-pihak yang membutuhkan rezeki tersebut, yaitu manusia dan seluruh makhluk-Nya. Pihak-pihak tersebut dijamin sepenuhnya rezekinya. *Ketiga*, Allah SWT menciptakan cara-cara yang akan dipakai manusia dan makhluk-makhluk-Nya untuk memperoleh rezeki yang telah disediakan-Nya. *Keempat*, Allah SWT yang memberikan langsung rezeki yang dibutuhkan dan diminta oleh manusia dan makhluk-makhluk ciptaan-Nya. Konsep *Ar-Razzaq* ini akan berimplikasi pada masalah ketersediaan sumberdaya yang diperlukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Harus ada keyakinan bahwa dengan *Ar-Razzaq* maka ada jaminan terhadap rezeki yang akan dinikmati manusia dan seluruh makhluk hidup lainnya.

Dengan demikian, pengakuan terhadap keberadaan Tuhan pada akhirnya akan mempengaruhi Perilaku manusia sebagai pelaku ekonomi, melalui ketaatan manusia pada nilai-nilai moral (akhlak Islami) dan prinsip syariat (hukum Islam). Bentuk Perilaku yang menjalankan nilai-nilai moral seperti kepedulian yang tinggi pada mereka yang membutuhkan melalui Perilaku sedekah, infak dan wakaf. Sedangkan bentuk kepatuhan syariat ditunjukkan dengan Perilaku menunaikan kewajiban zakat, menjauhi praktik riba dan maysir serta menjalankan aktivitas ekonomi yang halal.

1.2.1.2. Konsep tentang Agama

Ajaran Islam tidak mengenal pemisahan antara urusan agama dan urusan dunia. Ekonomi adalah bagian integral dari ajaran Islam. Ada banyak ayat dan hadits yang membahas tentang masalah ekonomi, di mana hal ini menjadi indikator bahwa ajaran Islam memiliki perhatian yang sangat mendalam terhadap persoalan ekonomi. Dalam konteks ekonomi mikro, tuntunan Islam terhadap masalah konsumsi, produksi, maupun pasar, terlihat sangat jelas.

Sebagai contoh, kata *maal* atau *amwal*, yang berarti harta, dalam Al-Quran disebut sebanyak 86 kali. Secara bahasa, *maal* berarti segala sesuatu yang dapat diperoleh, dimiliki, dan mempunyai *financial value*. Jika tidak memiliki nilai secara finansial, maka tidak dapat dianggap sebagai *maal*. Contoh lainnya adalah terkait perilaku konsumsi, di mana Al-Quran telah mengingatkan untuk hanya mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan thayyib (QS Al-Baqarah ayat 168). Islam pun melarang manusia untuk berlebih-lebih-

han dalam melakukan kegiatan konsumsi, karena sikap berlebih-lebihan dalam konsumsi hanya akan membawa pada keburukan.

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS Al Baqarah ayat 168)

Demikian pula pada sisi produksi, di mana ajaran Islam sangat menekankan pentingnya aspek produksi dalam mengubah sumberdaya yang ada menjadi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia dalam menjalankan kehidupannya. Sebagai contoh, dalam QS An Nahl ayat 14, sekurang-kurangnya ada tiga industri yang perlu dikembangkan, yaitu industri perikanan laut, industri perhiasan, dan industri transportasi laut. Artinya, penguasaan produksi atas ketiga jenis industri tersebut perlu untuk dilakukan, mengingat besarnya manfaat yang akan diperoleh, baik manfaat ekonomi maupun manfaat non ekonomi.

"Dan Dialah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daging yang segar (ikan) darinya, dan (dari lautan itu) kamu mengeluarkan perhiasan yang kamu pakai. Kamu (juga) melihat perahu berlayar padanya, dan agar kamu mencari sebagian karunia-Nya, dan agar kamu bersyukur." (QS An-Nahl ayat 14)

Dengan contoh-contoh di atas, dapat disimpulkan bahwa ajaran Islam adalah ajaran yang bersifat *syumuliyah*, mencakup seluruh aspek kehidupan termasuk ekonomi. Konsep ekonomi mikro yang dikembangkan pun tidak boleh lepas dari tuntunan Al-Quran dan Sunnah, karena Al-Quran dan Sunnah telah memberikan sejumlah panduan yang sangat luar biasa, yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan ekonomi mikro Islam.

1.2.1.3. Konsep tentang Manusia

Manusia adalah obyek sentral dalam ilmu ekonomi beserta seluruh cabangnya. Karena itu, memahami karakteristik manusia menjadi hal yang sangat penting. Pemilihan tipologi manusia akan sangat memengaruhi bangunan teori dalam ilmu ekonomi, termasuk ekonomi mikro sebagai salah satu cabangnya. Dalam Islam, posisi manusia adalah sangat sentral, di mana manusia merupakan ciptaan Allah yang terbaik. Dalam QS At-Tin ayat 4 dijelaskan bahwa Allah SWT telah menciptakan manusia dalam bentuk terbaiknya.

"Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya." (QS At-Tin ayat 4)

Sebagai makhluk terbaik ciptaan Allah, manusia memiliki dua tugas utama, yaitu sebagai *'abdullah* atau hamba Allah (QS Adz Dzariyat ayat 56) dan sebagai *khalifatullah fil ard* atau wakil Allah di muka bumi (QS Al-Baqarah ayat 30). Sebagai *'abdullah*, maka tugas manusia adalah menyembah dan beribadah kepada Allah SWT dengan sebenar-benarnya. Sementara sebagai khalifah, tugas manusia adalah menciptakan kemakmuran di muka bumi dan memastikan tegaknya hukum Allah. Kedua tugas ini, baik sebagai hamba

Allah maupun sebagai wakil Allah di muka bumi, harus dijalankan secara simultan dan tidak boleh dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Ketika salah satu tugas tidak dilaksanakan dengan baik, maka yang terjadi adalah kekacauan di muka bumi.

"Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku." (QS Adz-Dzariyat ayat 56)

"Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata, "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (QS Al-Baqarah ayat 30)

Dalam menciptakan kemakmuran yang hakiki di muka bumi ini, maka manusia dibekali dengan akal dan diberikan dua potensi utama. Kedua potensi tersebut adalah potensi keburukan (*fujuur*) dan potensi kebaikan (*taqwa*), sebagaimana yang dinyatakan Allah dalam QS As Syams ayat 8-10. Potensi mana yang dominan dalam diri manusia sangat ditentukan jalan yang dipilihnya. Jika manusia memilih jalan *dassiyah* (pengotoran), maka yang akan dominan adalah potensi keburukannya. Sebaliknya jika manusia memilih jalan *tazkiyyah* (penyucian), maka yang akan dominan adalah potensi kebaikannya. Jalan *tazkiyyah* akan membawa manusia pada kebaikan dan kemaslahatan. Ketika jalan ini menjadi pilihan dalam pengembangan kegiatan ekonomi, baik kegiatan produksi maupun konsumsi, maka perekonomian akan berada dalam kondisi keseimbangan dan keadilan. Hal ini dikarenakan pemilihan jalan *tazkiyyah* akan mendorong perilaku ekonomi produktif dan berorientasi pada kebaikan untuk semua. Sebaliknya, jalan *dassiyah* akan mendorong perilaku ekonomi destruktif yang ujungnya hanya memberikan manfaat pada sebagian kecil dan menciptakan kerugian pada sebagian besar lainnya. Karena itu, pemilihan jalan *tazkiyyah* ini menjadi sangat penting dan strategis.

"Maka Dia mengilhamkan kepadanya (jalan) kejahatan dan ketakwaannya; sungguh beruntung orang yang menyucikannya (jiwa itu); dan sungguh rugi orang yang mengotorinya." (QS As Syams ayat 8-10)

Namun demikian, perlu disadari bahwa tidak semua manusia memilih berada pada jalan *tazkiyyah* ini. Sebagian manusia justru memilih jalan *dassiyah*. Ini dikarenakan oleh keserakahan manusia untuk menguasai sebesar-besarnya aset ekonomi. Produksi yang dilakukan, dijadikan sebagai jalan untuk menguasai aset, dan pasar yang dikendalikannya, dijadikan sebagai alat untuk mengurus kekayaan masyarakat. Akibatnya, terjadi ketidakseimbangan penguasaan aset dan kekayaan. Untuk itu, perlu dipahami bahwa pemilihan jalan ini, apakah *dassiyah* atau *tazkiyyah*, sangat ditentukan oleh tipologi manusia yang ada.

Dalam Al-Quran, tipologi manusia yang mampu mendorong dominasi jalan *tazkiyyah* di atas jalan *dassiyah* adalah manusia dengan karakter *nafsul muthmainnah* (jiwa yang tenang). *Nafsul muthmainnah* ini adalah konsep jiwa yang sepenuhnya tunduk patuh terhadap segala ketentuan Allah SWT. Manusia yang memiliki *nafsul muthmainnah*

ini dipastikan akan senantiasa berorientasi pada pencapaian kebenaran dan kebahagiaan yang hakiki, yang menjadikan ekonomi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah, bukan hanya sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup semata.

"Wahai jiwa yang tenang! Kembalilah kepada Tuhanmu dengan hati yang rida dan diridai-Nya; Maka masuklah ke dalam golongan hamba-hamba-Ku; dan masuklah ke dalam surga-Ku." (QS Al-Fajr ayat 27-30)

Dengan konsepsi *nafsul muthmainnah*, maka perekonomian diharapkan akan mencapai titik keseimbangan terbaik. Titik keseimbangan ini bukan hanya sekedar interseksi antara permintaan dan penawaran yang melahirkan keseimbangan jumlah output dan tingkat harga, namun juga pada aspek kualitas permintaan dan penawarannya itu sendiri. Ini terjadi ketika semua agen ekonomi, yaitu rumah tangga pada sisi konsumsi maupun sisi produksi, menjalankan mekanisme konsumsi dan produksinya secara berkualitas dengan berorientasi pada pencapaian kebaikan dan kemaslahatan. Kualitas permintaan dan penawaran ini dapat terefleksikan ketika yang dominan adalah rumah tangga dengan karakteristik *nafsul muthmainnah*.

Tipologi *nafsul muthmainnah* ini tentu saja tidak sama dengan konsep self interest yang dikembangkan oleh Adam Smith (1776). Adam Smith (1776) meyakini bahwa faktor yang memotivasi manusia adalah kepentingan dirinya, sehingga manusia akan secara aktif mengembangkan kegiatan ekonomi yang akan memberinya manfaat dan keuntungan. Karena itu, semua turunan teori dalam ekonomi mikro konvensional telah didesain konsisten dengan filosofi *self interest* yang dikembangkan Adam Smith (1776). Misalnya, dalam teori konsumsi, tujuan utama konsumsi adalah memaksimalkan tingkat kepuasan. Ini terjadi ketika kurva kepuasan (indiferen) bersinggungan dengan garis anggaran. Kepuasan maksimal dapat diraih ketika seseorang membelanjakan uang yang dimilikinya untuk membeli barang dan jasa yang dapat memberinya tingkat kepuasan maksimal. Dalam teori ini tidak dikenal adanya semangat berbagi barang dan jasa kepada orang lain yang membutuhkan. Bahkan pada buku-buku teks utama ekonomi mikro konvensional, mengendalikan konsumsi dengan cara membagi barang yang dibelinya kepada orang lain, sama sekali tidak diajarkan. Secara sederhana, definisi kepuasan dalam konvensional ukurannya berdasarkan materi, dimana semakin banyak materi yang bisa dinikmati maka akan semakin puas seseorang. Sementara dalam Islam, kepuasan juga meliputi perbuatan baik/amal shaleh yang muncul berupa belanja dari harta/uang/pendapatan seseorang untuk orang lain yang membutuhkan, seperti sedekah yang sifatnya non-materi. Semakin banyak perbuatan baik/amal shaleh yang dilakukan seseorang dari harta/uang/pendapatan yang dimilikinya, maka semakin puaslah orang tersebut.

Seseorang dapat saja berargumen bahwa kepuasan itu bisa dimaknai dengan kepuasan pada Allah. Namun faktanya, hal tersebut tidak tergambar dalam teori yang diajarkan. Bahkan Beik (2016) berargumen bahwa formulasi grafis dan matematis dari teori konsumsi konvensional sama sekali tidak memberi ruang untuk berbagi (*sharing*). Ini dikarenakan prinsip ekonomi mikro konvensional yang menolak adanya intervensi ajaran agama dalam teori kecuali telah dapat dibuktikan secara empiris. Konsep tentang

manusia inilah yang membedakan secara signifikan antara ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional. Dengan konsep *nafsul muthmainnah*, maka orientasi manusia sebagai pelaku ekonomi bukanlah pada dirinya sendiri dan mengabaikan orang lain, namun juga menggapai kebahagiaan hakiki di dunia dan di akhirat, yang digambarkan dengan istilah *al-hasanah fid dunya wal akhirah*.

"Dan di antara mereka ada yang berdoa, 'Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan lindungilah kami dari azab neraka.' Mereka itulah yang memperoleh bagian dari apa yang telah mereka kerjakan, dan Allah Mahacepat perhitungannya." (QS Al-Baqarah ayat 201-202)

1.2.1.4. Konsep tentang Alam

Posisi alam dalam ekonomi mikro Islam adalah menjadi sumberdaya yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan, dan wajib untuk dijaga kelestariannya. Tidak boleh alam itu dieksploitasi tanpa dijaga kelestariannya. Ajaran Islam sangat menekankan pentingnya menjaga alam dan manusia perlu menata hubungannya dengan alam.

"Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. Dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan." (QS Lukman ayat 20)

Disinilah konsep *hablum minal 'alam* memegang peranan yang sangat penting. Dalam QS Ar-Rum ayat 41, Allah SWT telah mengingatkan bahwa kerusakan alam sesungguhnya terjadi akibat perilaku manusia.

"Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)." (QS Ar Rum ayat 41)

Menurut Yafie (2006), ada tiga tingkatan dalam proses beragama yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan *hablum minal 'alam* yang baik dan menjadi fondasi konsep etika terhadap lingkungan dalam perspektif Islam. *Pertama, ta'abbud*, di mana konsep ini membimbing manusia untuk beribadah sebagai bagian dari wujud ketundukannya pada ketentuan Allah SWT. Dalam konteks lingkungan, maka dengan *ta'abbud*, seseorang harus meyakini bahwa perintah menjaga lingkungan merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT. *Kedua, ta'aqqul*, yaitu menggunakan akal yang telah dikaruniakan Allah untuk memahami ibadah. Ketika menjaga lingkungan merupakan bagian dari ibadah dan pernyataan ketundukan pada ketentuan Allah, maka seseorang dapat menggali hikmah dan melakukan kajian terkait pentingnya menjaga kelestarian alam. Munculnya *green economics* pada dasarnya merupakan respon atas pentingnya mengembangkan ekonomi yang ramah lingkungan. Produk-produk keuangan dan bisnis haruslah sejalan dengan upaya penyelamatan lingkungan. Selain itu, munculnya *green*

economics juga pada dasarnya merupakan koreksi atas praktek sistem perekonomian global yang telah mengakibatkan terjadinya kerusakan lingkungan.

Ketiga, takhalluq, yaitu menjadikan pelaksanaan ibadah ini sebagai akhlak dan perilaku keseharian seorang muslim. Dalam konteks lingkungan artinya semangat melestarikan dan menjaga lingkungan hendaknya dijadikan sebagai bagian dari akhlak dalam perilaku keseharian, sehingga seseorang akan merasa malu dan bersalah apabila melakukan tindakan membuang sampah sembarangan dan tindakan mengotori lingkungan lainnya. Ketiga tingkatan ini merupakan hal yang sangat esensial yang harus menjadi bagian integral dari kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi yang dilakukan oleh manusia.

Tiga Tingkatan Dalam Proses Beragama		
<i>ta'abbud</i>	<i>ta'aqqul</i>	<i>takhalluq</i>

Gambar 1.4. Tiga Tingkatan dalam Proses Beragama

1.2.1.5. Konsep tentang Pengetahuan

Sumber pengetahuan yang menjadi referensi ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional memiliki perbedaan mendasar. Sumber pengetahuan dari ekonomi mikro konvensional yang paling utama adalah berasal dari akal dan panca indera, sementara pada ekonomi mikro Islam sumber pengetahuan tertinggi dan mengandung kebenaran yang bersifat absolut adalah Al-Quran dan Sunnah. Adapun fungsi akal dan panca indera adalah mengkonfirmasi kebenaran Al-Quran dan Sunnah. Jika terjadi konflik antara Al-Quran dan Sunnah dengan akal dan panca indera, maka kebenaran Al-Quran dan Sunnah harus didahulukan, dan tugas akal dan panca indera adalah meneliti hikmah di balik setiap perintah dan larangan yang telah ditetapkan Al-Quran dan Sunnah.

Sebagai contoh sederhana terkait dengan hal ini antara lain pada konsep biaya, di mana kewajiban melunasi utang berbasis pinjaman bunga, dengan nilai utang pokok Rp 1 juta dan bunga 20%, akan sama dengan besaran kewajiban pelunasan pembiayaan murabahah (jual beli dengan margin profit), dengan nilai harga pokok pembelian Rp 1 juta dan margin 20%. Secara biaya, keduanya sama-sama akan dicatatkan sebesar Rp 1,2 juta. Karena pinjaman bunga adalah riba, meskipun secara matematis sama, maka status hukumnya tetap haram, sementara jual beli dengan margin adalah tetap halal. Secara logika, barangkali tidak ada perbedaan dari sisi besaran kewajiban, namun secara *fiqh*, hukumnya adalah berbeda antara satu dengan yang lain. Dalam konteks ini, maka sekeras apapun seseorang mencoba memahami secara logika, namun yang harus didahulukan adalah perintah yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan Sunnah yang telah

menetapkan status bunga sebagai riba yang diharamkan. Dengan prinsip ini, maka perilaku ekonomi konvensional dengan Islami menjadi berbeda secara fundamental.

Namun yang perlu dipahami adalah meskipun bersumber dari Al-Quran dan Sunnah, nilai-nilai yang diajarkan oleh Islam adalah nilai-nilai yang bersifat inklusif dan universal. Artinya, ia dapat diterima dan dipraktikkan oleh siapapun dengan latar belakang agama apapun. Universalitas ajaran Islam ini memberikan keuntungan bahwa postulat-postulat yang dibangun dalam Ekonomi mikro Islam adalah postulat yang bersifat universal. Sebagai contoh adalah hadits yang terkait dengan mekanisme pasar dan penetapan harga keseimbangan.

"Dari Anas bin Malik ra, "orang-orang mengatakan, wahai Rasulullah, harga mulai mahal. Patoklah harga untuk kami". Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya Allah-lah yang mematok harga, yang menyempitkan dan melapangkan rezeki, dan aku sungguh berharap untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak seorang pun dari kalian yang menuntut kepadaku dengan suatu kezalimanpun dalam darah dan harta." (HR Abu Daud dan Ibnu Majah)

Dalam hadits di atas, Rasulullah SAW secara tegas menolak untuk melakukan intervensi atas harga yang terbentuk di pasar. Dengan kata lain, Rasul SAW mendukung sepenuhnya mekanisme pasar bebas yang terjadi di mana harga yang terbentuk merupakan hasil interaksi antara permintaan dan penawaran yang ada. Ini pula yang membuat Abu Yusuf (113 - 182 H) menolak untuk merekomendasikan intervensi pemerintah pada penetapan harga pasar kepada Khalifah Harun Al-Rasyid karena pada dasarnya Allah-lah yang menetapkan harga (Sukmana dan Beik, 2008). Penolakan atas intervensi pemerintah menurut Ibn Taimiyyah dan Ibn Khaldun adalah karena saat itu mekanisme pasar berjalan dengan adil dan tanpa ada unsur yang menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan pasar atau *market imperfection*. Sehingga, ketika terjadi ketidakseimbangan pasar akibat perilaku ekonomi yang menyimpang dari ajaran Islam, baik pada sisi penawaran maupun permintaan, maka Ibn Taimiyyah dan Ibn Khaldun mengusulkan adanya intervensi pemerintah (Sukmana dan Beik, 2008).

Hadits di atas dan pembahasan para ulama klasik menunjukkan bahwa persoalan mekanisme pasar yang telah dibahas dalam ajaran Islam, yang bersumber dari hadits Rasulullah SAW dan karya-karya para ulama, memiliki nilai yang bersifat universal. Artinya, ia dapat diterima bahkan oleh ilmu ekonomi konvensional. Pembahasan para ulama bahkan jauh sebelum Adam Smith membahas konsep pasar yang kemudian menjadi referensi khususnya pada mazhab ekonomi klasik.

1.2.1.6. Konsep tentang Tujuan Hidup

Satu hal yang sangat penting dalam pembahasan ekonomi mikro Islam pada akhirnya berujung pada konsepsi tujuan hidup. Dalam pendekatan ilmu ekonomi Islam, tujuan hidup yang ingin dicapai ini direfleksikan dalam konsep *falah*. *Falah* secara bahasa memiliki makna kesuksesan, kemenangan atau kemuliaan. Para ahli ekonomi Islam telah merumuskan *falah* sebagai *the ultimate life objective* yang ingin dicapai, dan menjadi

indikator utama dari tujuan yang ingin dicapai oleh ilmu ekonomi Islam, termasuk di dalamnya adalah ekonomi mikro Islam. Secara sederhana, *falah* berarti kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dalam desain ekonomi Islam, *falah* dapat dicapai melalui dua pilar utama, yaitu pilar *masalah* dan keadilan. *Maslahah* adalah segala bentuk keadaan yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia (P3EI UII dan BI, 2008). *Maslahah* ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi manfaat dan dimensi berkah (P3EI UII dan BI, 2008). Manfaat ini dapat mencakup manfaat material maupun manfaat non material, sementara berkah diartikan sebagai bertambahnya kebaikan. Artinya, suatu keadaan dikatakan mendapatkan keberkahan ketika semua orang yang berada dalam keadaan tersebut semakin termotivasi untuk berbuat baik dan meningkatkan kualitas kebaikannya dengan harapan akan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Sebagai contoh, perusahaan yang berkah adalah perusahaan yang seluruh komponen di dalamnya, mulai dari pemegang saham, manajemen, dan karyawannya, semakin termotivasi untuk menebarkan kebaikan, sehingga hal ini juga akan berdampak pada peningkatan produktivitas.

Adapun pilar keadilan merupakan fondasi utama bekerjanya sistem perekonomian yang ideal, yang mampu mencapai tujuan *falah*. Tidak mungkin *falah* akan dicapai kalau desain sistem perekonomian dan perilaku para pelaku ekonomi tidak mencerminkan keadilan. Bahkan di dalam Al-Quran, adil merupakan dasar dari semua perintah Allah SWT. Ketika Allah SWT melarang riba, melarang memproduksi dan mengkonsumsi barang dan jasa yang haram, serta melarang segala bentuk kebatilan ekonomi, maka di dalamnya tercermin pertimbangan keadilan.

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS An Nahl ayat 90)



Gambar 1.5. Falah sebagai Tujuan Hidup

Absennya pilar masalah dan keadilan akan membuat permasalahan ekonomi yang sangat serius. Munculnya berbagai fenomena seperti *self-centered consumption*, egoisme individu dalam belanja, persaingan bisnis yang semakin melemahkan perusahaan-perusahaan kecil, ketidakseimbangan akses permodalan dan pasar secara sistemik, serta ketidakseimbangan distribusi sumberdaya, pada dasarnya merefleksikan kondisi absennya pilar masalah dan pilar keadilan dalam perekonomian.

1.2.2. Perbedaan Prototipe Manusia dalam Ekonomi mikro Islam dan Konvensional

Dari penjelasan pada sub bab sebelumnya, bahwa pada akhirnya perbedaan *world-view* yang digunakan oleh ekonomi mikro Islam dan ekonomi mikro konvensional akan membawa pada perbedaan konsep *makhluk ekonomi* yang menjadi model keduanya. Makhluk ekonomi yang menjadi pusat pembahasan ekonomi mikro konvensional disebut dengan *homo economicus* atau disebut juga dengan *rational economic man*, sedangkan makhluk ekonomi yang dibahas oleh ekonomi mikro Islam disebut dengan *homo Islamicus* atau *Islamic economic man*.

Tabel 1.1. Perbedaan *Homo Economicus* dengan *Homo Islamicus*

Ciri <i>Homo Economicus</i>	Ciri <i>Homo Islamicus</i>
1. <i>Self interest</i> memiliki peran penting sebagai motif perilaku ekonomi. 2. Rasionalitas merupakan basis acuan untuk semua analisis ekonomi guna memaksimalkan utilitasnya. 3. Tujuan utama kegiatan ekonominya yaitu memperoleh kemajuan atau kesejahteraan material	1. Adanya sifat <i>altruistik</i> (harmonisasi sosial) yang tidak hanya mementingkan diri sendiri (<i>self interest</i>), namun memperhatikan kepentingan sosial lainnya (<i>social interest</i>), yang diwujudkan melalui orientasi masalah. 2. Transformasi derajat <i>self interest</i> kepada tingkat <i>nafs al-muthmainnah</i> yang mencapai kesadaran Tauhid. 3. Tujuan utama kegiatan ekonominya adalah mencapai <i>falah</i> dengan tercapainya kesejahteraan material dan spiritual dengan baik.

Homo economicus atau *rational economic man* berangkat dari pemahaman bahwa manusia sebagai makhluk ekonomi memiliki keinginan yang tidak terbatas dan memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Cara memenuhi kebutuhan hidupnya ini dilakukan secara rasional dengan mengandalkan pada kepada pengetahuan yang dimiliki. Yang menjadi ukuran utamanya adalah kepentingan dirinya sendiri dan efisiensi dalam proses pemenuhan kebutuhan hidupnya. Inilah yang diungkapkan oleh Adam Smith (1776) dalam bukunya, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, di mana ia menyatakan :

"It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest."

Artinya, "Bukan karena kebaikan dari tukang daging, pembuat bir (minuman), atau pembuat roti yang kita harapkan dari menu makan malam kita, tetapi dari perhatian mereka terhadap kepentingan mereka sendiri".

Pernyataan tersebut menggambarkan pemahaman Adam Smith bahwa orientasi pada kepentingan sendirilah yang akan membawa geliat pada kegiatan ekonomi. Ketika tukang daging, tukang pembuat minuman, dan tukang roti berkepentingan untuk memiliki uang dan memenuhi keinginan mereka yang lain, seperti memiliki aset rumah dan kendaraan, serta ingin memiliki kesempatan untuk berwisata, maka mereka akan termotivasi untuk memproduksi. Dengan memproduksi, maka ada peluang bagi mereka untuk mencapai tujuannya. Motivasi ini, yang kemudian didukung oleh persaingan bebas, yang akan membuat sistem ekonomi bekerja dengan baik. Persaingan ini akan menciptakan efisiensi dalam sistem ekonomi sehingga akan melahirkan keseimbangan output dan tingkat harga. Inilah yang diyakini Adam Smith sehingga seluruh turunan teori dalam ekonomi mikro konvensional konsisten dengan pandangan tersebut. *Utility maximization* dalam teori konsumsi dan *profit maximization* dalam teori produksi merupakan bukti akan hal tersebut.

Sementara sudut pandang pada makhluk ekonomi Islam, *homo Islamicus* berangkat dari konsepsi *nafsul muthmainnah* yang berorientasi pada upaya untuk memaksimalkan *masalahah*. Bahwa aktivitas ekonomi yang dilakukan pada dasarnya merupakan upaya untuk memberikan pemanfaatan dan keberkahan, bukan hanya pada individu rumah tangga pelaku ekonomi, namun juga bagi seluruh masyarakat. Jadi titik berangkatnya adalah pada pilar *masalahah*, dan bukan pada kepentingan sendiri. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Homo Islamicus* adalah *masalahah-oriented economic man*.

Adapun pilar keadilan, *masalahah-oriented economic man* akan berupaya menjaga dan berperilaku adil dalam setiap tindakan yang dilakukannya. Meski demikian, untuk memastikan mekanisme perekonomian berjalan di atas prinsip keadilan, peran negara menjadi sangat krusial dan signifikan. Bagaimanapun juga, ukuran keadilan dalam perspektif negara yang Islami akan jauh lebih obyektif. Karena itu, kondisi ideal bagi *Homo Islamicus* adalah ketika ia berorientasi pada maksimisasi *masalahah* atau menjadi *masalahah maximizer*.

Dengan bertindak sebagai *masalahah maximizer* maka semua kegiatan ekonomi yang dilakukannya, apakah pada kegiatan konsumsi, produksi, maupun distribusi, dilakukan dalam kerangka memaksimalkan kemaslahatan. Optimisasi *masalahah* akan menjadi tujuan utamanya. Ia akan selalu bertindak untuk memberikan pemanfaatan dan keberkahan yang optimal. Ketika kegiatan konsumsi dan produksi dibangun di atas tujuan optimisasi *masalahah*, maka tingkat permintaan dan penawaran yang terbentuk akan lebih berkualitas, karena telah ada unsur untuk memberikan manfaat dan berkah di dalamnya. Sehingga, ini diharapkan akan membentuk mekanisme pasar yang Islami, yang unsur kemaslahatan dan keadilan ada di dalamnya.

Selanjutnya, *masalahah-oriented economic man* ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu masalah level pertama, yang tanpa disertai *metaphysical optimization*, serta disebut sebagai *ordinary masalahah-oriented economic man*, dan masalah level kedua, yang disertai dengan optimisasi metafisik (*metaphysical optimization*). Yang dimaksud dengan optimisasi metafisik (*metaphysical optimization*) adalah kondisi kegiatan ekonomi yang pada hakekatnya didasarkan pada kesadaran keimanan dan ketakwaan pada Allah SWT. Jadi bukan hanya sekedar memberikan manfaat bagi diri dan orang lain, namun lebih dari itu, yaitu dalam rangka mengharapkan ridho Allah SWT atas dasar keimanan kepada-Nya.

Pembagian kedua jenis ini dimaksudkan untuk membuka ruang dan kesempatan bagi non-muslim untuk merubah dirinya menjadi *masalahah-oriented economic man* di mana ia dapat berperilaku ekonomi yang menghasilkan pemanfaatan dan keberkahan, dengan tetap berpegang pada agamanya, baik sebagai konsumen pada sisi permintaan, maupun sebagai produsen pada sisi penawaran. Meski demikian, perlu disadari bahwa kondisi ideal *masalahah-oriented economic man* belum tentu dapat dipenuhi. Hal ini mengingat kompleksitas karakteristik manusia. Karena itu, pada bab 2, akan dibahas lebih dalam mengenai berbagai tipologi manusia yang ada, yang setiap tipologi ini akan memiliki implikasi perilaku ekonomi yang berbeda-beda.

Box 4. Masalahah merupakan konsep yang berangkat dari *maqashid syariah*, yaitu tujuan-tujuan syariah yang oleh Imam As-Syatibi dirangkum menjadi perlindungan lima hal. Yaitu, perlindungan atas agama (*hifzud diin*), perlindungan jiwa (*hifzun nafs*), perlindungan atas akal (*hifzul 'aql*), perlindungan atas keturunan (*hifzun nasl*), dan perlindungan atas harta (*hifzul maal*). Menurut P3EI UII dan BI (2008), ada dua aksioma masalahah, yaitu :

1. Masalahah yang lebih besar, lebih disukai dibandingkan dengan masalahah yang lebih kecil
2. Aksioma *non-decreasing masalahah*, yaitu masalahah diusahakan untuk ditingkatkan setiap waktu.

Homo Islamicus atau *masalahah-oriented economic man* adalah tipologi makhluk ekonomi Islami yang berorientasi pada optimalisasi masalahah.

Maslahah-oriented economic man dibagi menjadi dua jenis/tingkatan, yaitu :

1. Masalahah level pertama, atau *Ordinary masalahah-oriented economic man*, yaitu orientasi masalahah yang didasarkan pada konsepsi memberikan manfaat dan keberkahan, baik pada diri sendiri maupun orang lain secara seimbang. Pada masalahah level pertama ini, siapapun dengan latar belakang agama apapun, dapat menjalankannya selama berpedoman pada prinsip memegang teguh konsep masalahah dalam kegiatan ekonomi yang dilakukannya.
2. Masalahah level kedua, atau *Maslahah-oriented economic man with metaphysical optimization*, yaitu masalahah lanjutan, dimana orientasi masalahah tersebut bukan hanya didasarkan pada konsepsi memberikan manfaat dan keberkahan, baik pada diri sendiri maupun orang lain secara seimbang, namun juga didasarkan pada keyakinan, kesadaran keimanan, dan ketakwaan kepada Allah SWT.

1.3. Kelangkaan Sumberdaya dan Jaminan Rezeki

Salah satu diskursus yang mengemuka dalam pembahasan masalah ekonomi adalah terkait dengan kelangkaan sumberdaya. Dalam perspektif konvensional, sumberdaya ini bersifat langka, sehingga menimbulkan kondisi kelangkaan yang bersifat absolut. Akibat kelangkaan absolut inilah kemudian manusia harus melakukan pilihan mengenai apa yang akan ia produksi dan konsumsi. Namun demikian, sebagaimana telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, bahwa dalam Islam, Allah SWT adalah Ar-Razzaq, di mana pemahaman ini membawa pada satu kesimpulan bahwa rezeki seluruh makhluk Allah, termasuk manusia, telah dijamin oleh Allah SWT. Karena itu, konsepsi kelangkaan absolut dapat ditinjau ulang dengan adanya pemahaman dan keyakinan bahwa Allah adalah Sang Maha Pemberi Rezeki. Namun demikian, pada wilayah tertentu, juga dijumpai fakta bahwa mereka kekurangan bahan pangan sehingga mengalami kelaparan, sebagaimana terjadi di sebagian wilayah Afrika. Apakah kondisi kelaparan ini mempertegas konsep kelangkaan absolut dan bertentangan dengan pemahaman mengenai keyakinan Allah sebagai Sang Maha Pemberi Rezeki?

Menyikapi pertanyaan tersebut, maka dapat dianalisis bahwa sesungguhnya kelangkaan itu terbagi menjadi dua kelompok besar, yaitu kelangkaan absolut dan kelangkaan relatif. Kelangkaan absolut artinya bahwa semua sumberdaya memang terbatas sementara kelangkaan relatif menyatakan bahwa kelangkaan tersebut terjadi karena adanya sebab tertentu. Dalam konteks satu kesatuan sumberdaya, maka posisi ekonomi mikro Islam adalah meyakini bahwa kelangkaan yang terjadi adalah kelangkaan yang bersifat relatif, dan bukan kelangkaan absolut, karena faktanya sejak zaman Nabi Adam AS hingga saat ini, kebutuhan hidup manusia akan terpenuhi selama manusia mau mengusahakannya dengan baik. Sumberdaya sebagai satu kesatuan tidak akan habis karena dijamin Allah, meski sumberdaya secara individu mungkin habis. Misalnya, sumberdaya energi (sebagai satu kesatuan sumberdaya) akan selalu ada, sementara sumberdaya minyak bumi mungkin habis. Manusia akan selalu dapat memenuhi kebutuhan energinya selama ia mengusahakannya dengan baik.

Kelangkaan relatif terjadi karena dua hal, yaitu faktor pengetahuan manusia dan faktor ketidakadilan kebijakan ekonomi. Inilah dua penyebab utama mengapa terjadi kelangkaan relatif di satu wilayah. Keterbatasan pengetahuan manusia menyebabkan opsi pilihan akan sumberdaya menjadi relatif lebih terbatas. Karena itu, Islam memerintahkan kepada umatnya untuk senantiasa menuntut ilmu hingga akhir hayat. Tujuannya adalah agar pengetahuan manusia terus bertambah dari waktu ke waktu, sehingga mampu memecahkan kompleksitas persoalan yang dihadapinya. Keterbatasan pengetahuan harus dihadapi dengan memperbanyak frekuensi belajar sehingga pengetahuan akan mengalami peningkatan.

Sebagai contoh, ketika sekelompok orang mengikuti program *jungle survival* selama 30 hari dan mereka diberi persediaan makanan untuk tiga hari, maka pada hari keempat, makanan menjadi sumberdaya yang langka bagi mereka. Namun demikian, mereka berada di tengah hutan di mana hutan tersebut bisa menyediakan sumber makanan alterna-

tif bagi mereka. Kemampuan mengenali sumber makanan yang ada di hutan tentunya sangat bergantung pada pengetahuan yang mereka miliki. Jika mereka memiliki pengetahuan yang cukup, maka mereka diperkirakan akan mampu mengikuti program *jungle survival* hingga akhir. Namun jika mereka tidak memiliki pengetahuan akan makanan alternatif di hutan, besar kemungkinan pada hari keempat mereka sudah menyerah, karena kalau diteruskan, mereka berhadapan dengan resiko kematian.

Demikian pula dengan ketidakadilan kebijakan ekonomi, ini dapat menjadi faktor utama penyebab kelangkaan sumberdaya. Bahkan ketidakadilan ini merupakan sumber utama terjadinya kemiskinan dan kesenjangan di banyak negara di dunia. Ketimpangan penguasaan aset dan kekayaan pada dasarnya merupakan akibat dari ketidakadilan ekonomi yang ada. Karena itu, memperbaiki masalah ketidakadilan ini merupakan salah satu cara yang efektif di dalam mengatasi kelangkaan sumberdaya. Karena itu, dalam ekonomi mikro Islam, diyakini bahwa kelangkaan yang terjadi adalah kelangkaan relatif, yang ini dapat dihindari dengan cara meningkatkan kualitas pengetahuan secara kontinyu dan melalui kebijakan ekonomi yang adil.

"Tidak ada suatu binatang pun (termasuk manusia) yang bergerak diatas bumi ini yang tidak dijamin oleh Allah rezekinya." (QS. Hud: 6)

Selama manusia berusaha dan berikhtiar dengan optimal, maka jaminan rezeki akan senantiasa dihadirkan oleh Allah SWT. Secara umum, rezeki yang dinikmati manusia terbagi menjadi delapan jenis, yaitu :

1. Rezeki yang dijamin oleh Allah SWT (QS 11 : 6)
2. Rezeki sesuai dengan apa yang diusahakan manusia (QS 53 : 39-41)
3. Rezeki bagi orang yang pandai bersyukur (QS 14 : 7)
4. Rezeki dari arah yang tidak terduga (QS 65 : 3)
5. Rezeki karena sedekah (QS 2 : 245 dan 2 : 261)
6. Rezeki karena menikah (QS 24 : 32)
7. Rezeki karena istighfar (QS 71: 10-12)
8. Rezeki karena memiliki anak, keturunan dan keluarga (QS 17 : 31)

Pada jenis *pertama*, manusia menerima rezeki yang telah ditetapkan oleh Allah, seperti diberi kesehatan, kemudahan menghirup oksigen, dan diberi kecerdasan. *Kedua*, ada rezeki yang Allah berikan melalui usaha yang dilakukan manusia, seperti mendapat gaji setelah bekerja dan mendapat profit setelah berbisnis. *Ketiga*, rezeki yang ditambahkan Allah karena seseorang pandai bersyukur. Keluarga yang pandai bersyukur akan menjadi keluarga yang semakin harmonis dan bertambah berkah. *Keempat*, rezeki yang berasal dari pintu yang tidak diduga, karena tingkat ketakwaan yang semakin tinggi.

Kelima, rezeki juga ada yang perlu diundang melalui sedekah yang dilakukan. Sedekah akan mendorong balasan rezeki yang berlipat ganda dari Allah SWT. *Keenam*, rezeki yang Allah bukakan pintunya dengan sebab pernikahan. Allah SWT menjamin siapa saja yang menikah dengan jaminan rezeki dari-Nya. *Ketujuh*, rezeki yang diperoleh dengan sebab memperbanyak istighfar sesuai dengan firman Allah di Surat Nuh ayat

10-12. *Kedelapan*, rezeki yang diperoleh dengan sebab memiliki keturunan, anak dan keluarga.

Dengan demikian, konsepsi rezeki menguatkan posisi bahwa kelangkaan absolut tidak akan terjadi. Kelangkaan relatif dapat diatasi, selain dengan memperbaiki kualitas pengetahuan dan kebijakan, juga dengan perbaikan kualitas ketakwaan, karena ketakwaan merupakan jalan untuk mengundang rezeki dari arah yang tidak diduga sehingga seseorang yang bertakwa akan selalu merasa bahwa kebutuhannya telah terpenuhi.

1.4. Kesejahteraan dalam Islam

Falah pada dasarnya menggambarkan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat. Yang perlu disadari bahwa konsepsi kesejahteraan adalah konsep yang sangat luas, dan mencakup tidak hanya aspek material namun juga aspek spiritual. Ini dapat dilihat antara lain dari sejumlah terminologi yang menggambarkan kesejahteraan yang pada dasarnya mencakup kedua aspek tersebut, yaitu material dan spiritual. Sebagai contoh adalah terminologi *hayatan thayyibah* atau kehidupan yang baik, sebagaimana terdapat dalam QS An-Nahl ayat 97.

Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (QS An-Nahl ayat 97)

Dalam tafsir Ibn Katsir dijelaskan ketika memaknai terminologi *hayatan thayyibah* tersebut, maka beliau menyitir salah satu hadits dimana Rasulullah SAW bersabda : *“Sungguh beruntung orang yang ber-Islam (berserah diri), diberi rezeki yang cukup, dan memiliki sifat Qana’ah atau merasa cukup dengan apa yang telah Allah berikan kepadanya.”*

Hadits tersebut memberikan gambaran bahwa makna kesejahteraan diindikasikan oleh tiga hal, yaitu keimanan yang kuat, rezeki yang cukup, dan sifat qana’ah atau merasa cukup. Artinya, tidak mungkin kesejahteraan yang hakiki akan diraih tanpa dilandasi oleh keimanan yang kuat kepada Allah SWT. Tidak mungkin pula kesejahteraan yang hakiki akan diraih tanpa tercukupinya kebutuhan hidup. Yang menarik, dalam hadits tersebut dikatakan bahwa manusia akan diberi rezeki yang *kafaf* (rezeki yang mencukupi). Maknanya adalah rezeki yang memungkinkan dirinya memenuhi semua kebutuhan hidupnya, tidak kurang dan tidak lebih. Sementara sifat *qana’ah* merefleksikan sikap hidup yang penuh syukur sehingga dapat mengundang datangnya rezeki pada tingkatan ketiga dan keempat sebagaimana yang telah dijelaskan di sub bab sebelumnya.

Beik dan Arsyianti (2016) menyatakan Al-Quran membagi tipologi manusia dalam kemampuannya meraih kesejahteraan ke dalam empat kelompok. *Pertama*, tipologi manusia yang mampu meraih kesejahteraan material dan spiritual secara bersamaan karena mampu memenuhi kebutuhan material dan spiritualnya dengan baik. Contohnya

adalah sebagaimana yang dinyatakan dalam QS An-Nahl ayat 97 di atas. *Kedua*, tipologi manusia yang mengalami kemiskinan material karena ketidakmampuannya memenuhi kebutuhan material, namun masih memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan spiritualnya. Contohnya adalah sebagaimana yang dinyatakan dalam QS Al-Baqarah ayat 155-156. *Ketiga*, tipologi manusia yang mengalami kemiskinan spiritual karena tidak mampu memenuhi kebutuhan spiritualnya meski secara material ia mampu dan berkecukupan. Contohnya adalah sebagaimana yang dinyatakan dalam QS Al-An'am ayat 44. *Keempat*, tipologi manusia yang tidak mampu memenuhi kebutuhan material dan spiritualnya sehingga ia berada dalam kategori kemiskinan absolut. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan dalam QS Thaha ayat 124.

Konsepsi empat tipologi ini akan menghantarkan pada pemahaman bahwa upaya meraih kesejahteraan yang hakiki harus dilakukan melalui pemenuhan kebutuhan material dan kebutuhan spiritual secara seimbang. Ketidakseimbangan pemenuhan kebutuhan keduanya akan berimplikasi pada kondisi kemiskinan, baik kemiskinan material, kemiskinan spiritual, maupun kemiskinan absolut.

Box 5. Had Kifayah

Dalam menentukan tingkat kesejahteraan dan kemiskinan sesuai syariah, salah satu konsep penting yang perlu mendapatkan perhatian adalah *had kifayah*. *Had kifayah* adalah batas kebutuhan minimal yang diperlukan seseorang atau satu keluarga untuk dapat bertahan hidup. Jadi pada dasarnya, dengan konsep ini, ekonomi Islam mencoba memetakan bagaimana standar kebutuhan hidup minimal untuk *survive*, dan menjadikannya sebagai standar untuk memastikan agar kondisi suatu keluarga minimal memiliki kemampuan ekonomi setara *had kifayah*.

Kajian tentang *had kifayah* ini telah banyak dikupas oleh para ulama. Namun demikian, ketika *had kifayah* ini kemudian diterjemahkan menjadi standar kebutuhan minimal yang divalusi dengan nilai uang, maka dalam konteks Indonesia, standar tersebut belum ada hingga akhirnya Badan Amil Zakat Nasional menerbitkan kajian tentang *Had Kifayah* pada tahun 2018. Dalam buku yang diterbitkan oleh Pusat Kajian Strategis (Puskas) BAZNAS tersebut, dijelaskan mengenai konsep dasar *had kifayah*, komponen-komponen yang diperhitungkan sebagai basis kebutuhan minimal, serta bagaimana cara menghitung besaran nilai rupiah dari kebutuhan minimal tersebut.

Had kifayah menurut Puskas BAZNAS (2018), dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu *had kafaf* dan *had fawqa kafaf*. *Had kafaf* merupakan batas kecukupan pemenuhan kebutuhan minimal manusia, tidak kurang dan tidak lebih. Jika *had kafaf* tidak terpenuhi, maka manusia berpotensi terancam jiwanya. Sementara *had fawqa kafaf* mencakup segala kebutuhan yang sangat penting dan esensial bagi manusia. Jika tidak terpenuhi, maka kualitas kehidupan manusia akan mengalami penurunan yang sangat signifikan. Ada tujuh dimensi yang menjadi dasar perhitungan dari *had kifayah* ini, yaitu dimensi makanan, pakaian, perumahan, ibadah, pendidikan, kesehatan dan transportasi.

Pemanfaatan *had kifayah* adalah pada sisi penyaluran zakat, dimana *had kifayah* bisa menjadi alternatif terhadap garis kemiskinan BPS dalam menetapkan standar penduduk miskin. Selain itu, *had kifayah* juga digunakan untuk membedakan mustahik program pendistribusian maupun mustahik program pendayagunaan. Pendistribusian adalah kegiatan penyaluran zakat yang bersifat jangka pendek, konsumtif, dan bertujuan memenuhi kebutuhan mendesak mustahik. Sedangkan pendayagunaan adalah kegiatan penyaluran zakat yang bersifat produktif, memberdayakan, jangka panjang, dan bertujuan untuk mentransformasi mustahik menjadi muzakki. *Had kifayah* menjadi batas pemisah antara mustahik program pendistribusian dan mustahik program pendayagunaan zakat.

Kesimpulan

Bab ini membahas beberapa konsep dasar yang terdapat dalam ekonomi mikro Islam. Pembahasan dimulai dari definisi dan ruang lingkup yang dibahas dalam ekonomi mikro Islam. Kemudian membahas perbedaan antara ekonomi mikro Islam dengan ekonomi mikro konvensional. Selanjutnya diskusi akan dilanjutkan dengan membahas konsep kelangkaan dan rezeki dalam Islam. Bahasan terakhir adalah diskusi tentang konsep kesejahteraan yang akan menjadi fondasi dalam ekonomi mikro Islam. Konsep-konsep ini menjadi konsekuensi dari nilai moral (akidah dan akhlak) dan prinsip hukum (syariat) yang dimiliki oleh Islam.

Rangkuman

1. Ekonomi mikro Islam adalah cabang ilmu ekonomi Islam yang mempelajari perilaku individu konsumen dan produsen, serta interaksi diantara keduanya melalui mekanisme pasar yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, disertai dengan pelaksanaan distribusi ekonomi yang berkeadilan.
2. Ruang lingkup ekonomi mikro Islam mencakup telaah terhadap model manusia dalam Islam, yang nantinya akan memengaruhi perilaku belanja pada sisi konsumsi, maupun perilaku berusaha pada sisi produksi, yang kemudian nantinya akan membentuk teori konsumsi dan teori produksi Islami. Selanjutnya, dari teori konsumsi Islami nantinya akan membentuk permintaan Islami, dan dari teori produksi Islami akan melahirkan penawaran Islami. Interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran Islami inilah yang nantinya akan membentuk mekanisme pasar Islami. Jika terjadi kegagalan pada mekanisme pasar yang ada, maka diperlukan adanya intervensi kebijakan. Kemudian untuk memastikan terjaganya aspek keadilan, perlu dipastikan berjalannya mekanisme distribusi.
3. Perbedaan antara ekonomi mikro Islam dan ekonomi mikro konvensional terletak pada perbedaan dari aspek *worldview* yang mencakup konsep Tuhan, konsep agama, konsep manusia, konsep pengetahuan, konsep alam dan tujuan hidup, dan perbedaan pada prototipe manusia yang digunakan, yaitu antara *Islamic economic man* dengan *rational economic man*.
4. Ekonomi mikro Islam tidak mengenal kelangkaan yang bersifat absolut, namun mengakui adanya kelangkaan yang bersifat relatif, yang terjadi akibat kelemahan

pengetahuan manusia dan ketidakadilan kebijakan ekonomi. Manusia juga tidak perlu khawatir karena Allah SWT adalah Ar-Razzaq, Sang Maha Pemberi Rezeki. Ada empat tingkatan rezeki yang diterima manusia.

5. Konsep kesejahteraan yang menjadi pondasi ekonomi mikro Islam mencakup aspek material dan spiritual.

Pertanyaan

1. Salah satu konsep fundamental dalam ekonomi mikro Islam adalah tauhid. Jelaskan bagaimana hubungan konsep tauhid dengan bangunan ekonomi mikro Islam.
2. Jelaskan bagaimana kaitan antara *nafsul muthmainnah* dengan konsep *Homo Islamicus*.
3. Jelaskan perbedaan antara *homo economicus* dengan *homo Islamicus* atau *maslahah-oriented economic man*.
4. Jelaskan dua level *maslahah-oriented economic man* secara detail.
5. Jelaskan secara detail konsepsi *alah* beserta pilar penopangnya dalam konstruksi keilmuan ekonomi mikro Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abojeib, M., Haneef, M.A., dan Mohammed, M.O. (ed). (2018). *Islamic Economics*. Kuala Lumpur : ISRA.
- Beik, I.S. dan Arsyianti, L.D. (2016). *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Hasan, Z. (2006). *Introduction to Microeconomics An Islamic Perspective*. Kuala Lumpur : Pearson Education.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2018). *Kajian Had Kifayah 2018*. Jakarta : Puskas BAZNAS.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII dan Bank Indonesia. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Smith, Adam (1776). *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*.

BAB 2:

MODEL PERILAKU MANUSIA

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut:

- a. Konsep rasionalitas ekonomi dalam perspektif ekonomi Islam dan perbedaannya dengan konsep dalam ekonomi konvensional.
- b. Pengelompokan manusia berdasarkan orientasi perilakunya.
- c. Konsep kebutuhan dalam Islam berdasarkan orientasi perilakunya.

1. Rasionalitas Ekonomi dalam Islam

a. Konsep Rasionalitas Dalam Ekonomi Konvensional

Manusia sebagai makhluk ekonomi memiliki ciri-ciri rasional, konsisten, individualis, dan selalu ingin mencari keuntungan (Ibrahim dkk., 2021). Rasionalitas telah menjadi inti dari ekonomi konvensional dan menjadi asumsi dasar dalam berbagai model ekonomi modern. Rasionalitas secara singkat dapat diartikan sebagai mementingkan diri sendiri (*self interest*) dan konsistensi individu dalam melakukan pilihan sebagai upaya untuk memaksimalkan tujuan yang ingin dicapai.

Asumsi *self interest* mengizinkan setiap individu untuk membuat keputusan sendiri, mereka akan melakukan apa pun yang terbaik untuk mereka. Mekanisme pasar menentukan apa dan berapa banyak yang akan diproduksi jika kita membiarkan setiap orang bertindak berdasarkan "kepentingan pribadi masing-masing". Individu akan menuntut dan memasok barang dan jasa dalam jumlah yang optimal untuk kepentingannya sendiri. Dengan demikian, penawaran dan permintaan yang didorong oleh kepentingan pribadi bekerja seperti tangan tak terlihat yang mendorong mekanisme pasar menuju produksi dan konsumsi yang efisien. Karena masyarakat tidak lain adalah kumpulan individu, secara keseluruhan apa yang baik untuk setiap individu juga baik untuk masyarakat. Dengan kata lain, Adam Smith (1776) menganggap tidak ada dikotomi antara kepentingan pribadi dan sosial. Oleh karena itu, ia menyarankan agar proses diserahkan kepada *invisible hand* yang didorong oleh penawaran dan permintaan saja yang harus memutuskan produksi dan distribusi barang dan jasa (Aydin, 2013).

Dalam literatur-literatur teori ekonomi modern yang tersedia, seorang pelaku ekonomi diasumsikan rasional berdasarkan hal-hal berikut (Aqil, 1989):

- 1) Setiap orang tahu apa yang mereka mau dan inginkan, serta mampu mengambil suatu keputusan atas sesuatu hal, dari sesuatu yang paling diinginkan (*most preferred*) sampai dengan yang paling kurang diinginkan (*less preferred*). Serta setiap individu akan mampu bertindak dan mengambil keputusan secara konsisten.
- 2) Keputusan yang diambil berdasarkan pertimbangan tradisi, nilai-nilai, dan mem-

punya alasan dan argumentasi yang jelas dan lugas. Hal ini menunjukkan bahwa metodologi rasionalitas adalah ketika hal ini diambil berdasarkan cara berpikir dari setiap pelaku ekonomi itu sendiri.

- 3) Setiap keputusan yang diambil oleh individu ini harus menuju pada pengkuantifikasian keputusan akhir dalam satuan unit moneter. Pengkuantifikasian ini akan membawa pada perhitungan dan bertendensi untuk memaksimalkan tujuan dari setiap aktivitas, dimana yang sesuatu hal yang lebih baik lebih disukai daripada yang kurang baik.
- 4) Dalam model produksi dari kapitalisme, rasionalitas berarti kepuasan yang dapat dicapai dengan prinsip efisiensi dan tujuan dari ekonomi itu sendiri. Di sana tidak ada ruang bagi sentimen pribadi atau nilai-nilai tradisional yang tidak dapat dikuantitatifkan dalam unit moneter.
- 5) Perilaku seorang individu yang rasional dalam mencapai kepuasan berdasarkan kepentingan sendiri bersifat material (*material self-interest*) akan menuntun pada pembuatan barang-barang sosial yang berguna bagi kemaslahatan umat.
- 6) Pilihan seseorang dapat dikatakan rasional jika dan hanya jika pilihan ini bisa secara keseluruhan bisa dijelaskan oleh syarat-syarat hubungan konsisten pilihan yang lebih disukai dengan definisi penampakan pilihan yang lebih disukai. Yaitu jika seluruh pilihan ini bisa dijelaskan ketika memilih yang alternatif yang lebih disukai dengan berdasarkan hubungan postulat pilihan yang lebih disukai.

Sebagai seorang produsen, sosok manusia rasional hanya akan berpikir cara-cara untuk memaksimalkan keuntungan. Sehingga dia dapat menggunakan teknik produksi apapun, termasuk yang merugikan orang lain. Misalkan kasus yang sering kita dengar ialah penggunaan boraks sebagai bahan dalam membuat bakso. Hal ini menunjukkan bahwa secara rasional, hal tersebut sah-sah saja karena akan meningkatkan keuntungan dari produsen. Sedangkan sebagai seorang konsumen pun secara rasional ia dianggap akan berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya sampai dalam kepuasan yang maksimal seperti masalah konsumsi.

Simon (1957) dengan konsep *bounded rationality*-nya menyatakan keterbatasan manusia dalam mengelola informasi dan menyelesaikan persoalan (Wayland, 2006: 36) yang digunakan dalam memutuskan sesuatu tindakan dalam kehidupan, karena manusia sebagai *decision maker* menghadapi keterbatasan informasi, perhatian dan kemampuan memproses informasi (Greve, 2003: 12). Sebagai pencetus konsep *bounded rationality*, Simon (1957) menjelaskan:

The alternative approach employed in these papers is based on what I shall call the principle of bounded rationality: The capacity of the human mind for formulating and solving complex problems is very small compared with the size of the problems whose solution is required for objectively rational behavior in the real world or even for a reasonable approximation to such objective rationality. (Barros, 2010)

Terdapat dua tipe rasionalitas, dimana dua tipe rasionalitas ini berlaku pada tingkat individu. Dua tipe rasionalitas ini adalah (Frank, 2001):

1) Rasionalitas kepentingan pribadi (*self interest rationality*)

Menurut Edgeworth prinsip pertama dalam ilmu ekonomi adalah setiap pelaku ekonomi hanya digerakkan oleh kepentingan pribadi (*self interest*) seorang individu. Namun salah satu hal yang ingin dicapai oleh teori kepuasan modern saat ini adalah upaya pembebasan ilmu ekonomi dari prinsip pertama yang sangat meragukan dan tidak jelas ini. Pengertian kepentingan pribadi disini tidak harus selalu diartikan dengan penumpukan kekayaan dan harta oleh seseorang. Dimana kepentingan pribadi yang diasumsikan disini adalah setiap individu akan selalu berupaya mengejar berbagai tujuan dalam hidup ini, dan tidak hanya memperbanyak kekayaan secara moneter saja. Tujuan-tujuan tersebut bisa saja dalam bentuk prestise, cinta, aktualisasi diri, dan lainnya. Serta dapat pula dipertimbangkan disini adalah pencapaian individu untuk menjadi lebih baik dengan membuat lingkungan sekelilingnya menjadi lebih baik pula pada saat yang sama.

2) Rasionalitas berdasarkan tujuan yang ingin dicapai saat ini (*present aim rationality*)

Teori kepuasan modern yang aksiomatis tidak berasumsi bahwa manusia selalu bersikap mementingkan dirinya sendiri. Teori ini berasumsi bahwa manusia selalu menyesuaikan preferensinya sepanjang waktu dengan sejumlah prinsip. Secara jelasnya dikatakan bahwa preferensi yang diambil haruslah konsisten. Penyesuaian terhadap prinsip-prinsip ini tanpa harus menjadi hanya mementingkan diri sendiri (*self interest*). Oleh karenanya, setiap waktu mungkin preferensi individu tersebut dapat berubah sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapainya

Dalam buku teks ekonomi disebutkan terdapat beberapa prinsip rasionalitas ekonomi, yaitu:

1. **Kelengkapan.** Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Bila A dan B adalah dua keadaan berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan-kemungkinan berikut:
 - A lebih disukai daripada B.
 - B lebih disukai daripada A.
 - A dan B sama-sama disukai.
2. **Transitivitas.** Prinsip ini menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa "produk A lebih disukai daripada produk B", dan "produk B lebih disukai daripada produk C", maka ia pasti akan mengatakan bahwa "produk A lebih disukai daripada produk C". Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambilan keputusan.
3. **Kesinambungan.** Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan "produk A lebih disukai daripada produk B", maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B.

Aqil (1989) mengkritik konsep rasionalitas ekonomi yang dibangun oleh ekonomi konvensional. *Pertama*, asumsi rasionalitas sempurna terlalu menuntut, karena produsen atau konsumen individu dituntut untuk memahami, mengevaluasi, dan menghitung dengan presisi mutlak. Tidak realistis untuk berasumsi bahwa konsumen memiliki pengetahuan yang sempurna tentang barang yang tersedia di pasar dan harga relatifnya dan mampu memecahkan masalah maksimalisasi yang dibatasi. *Kedua*, dalam membatasi perhatian pada kepentingan pribadi yang sempit sebagai satu-satunya motivator tindakan individu, rasionalitas egoistik terlalu membatasi. Orang yang egois tidak akan menerima apa pun selain pencapaian maksimal dari kepentingannya sendiri dan bersedia untuk menekan emosinya sehingga memiliki sikap netral atau negatif terhadap kebajikan dan altruisme.

Pengkritik konsep rasionalitas dari arus pemikiran ekonomi yang lain menganggap bahwa perilaku rasional individu adalah mencoba melakukan apa yang terbaik untuk dilakukan (Hey, 1993) dan bukan mendapatkan hasil yang maksimal. Setiap orang tentu berharap yang terbaik, tidak saja berarti manfaat yang terukur, tapi juga mengakomodasi nilai-nilai atau budaya yang berkembang dalam lingkungannya

b. Konsep Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam

Hossain (2014) memaparkan sebuah konsep yang bernama *islamic economic rationalism* (IER). Hal sama diulas pula oleh Ramli dan Mirza (2007) dengan membagi dua elemen rasionalitas Islami menjadi *worldview* dan *self-interest*. Pada elemen *self-interest*, individu akan membatasi kepentingan diri menurut *sharia compliance*. Begitu pula IER dijelaskan bahwa agama adalah key determinant, sedangkan sumber syariah berasal dari ajaran agama. Diiringi faktor *exogenous* dalam perilaku konsumen yang berupa efek agama, kepercayaan, budaya serta *legal and political framework* (Kahf, 2004), pemikiran-pemikiran tersebut dapat disimpulkan bahwa individu muslim itu sangat mempertimbangkan *ihwal* halal dan haram dari produk baik barang maupun jasa yang akan dikonsumsi.

Kahf (1978) dalam Farooq (2011) menyebutkan bahwa terdapat perbedaan terkait konsep sukses di dalam rasionalitas Islam. Konsep sukses dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai-nilai moral. Nilai moral Islam berimplikasi pada perilaku positif di dalam kehidupan keseharian. Selain itu terdapat perbedaan skala waktu di dalam konsep rasionalitas Islam. Seorang muslim memiliki skala waktu tidak hanya di dunia saja tetapi ada kehidupan setelah kematian. Oleh karenanya horizon waktu dalam ekonomi Islam akan berbeda dengan ekonomi konvensional. Setiap keputusan yang dilakukan dapat dibagi pada dua bagian yaitu pada keputusan yang berpengaruh terhadap kehidupan saat ini dan pada kehidupan di akhirat kelak. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, bahwa dalam *Islamic worldview* tidak hanya mementingkan eksistensi individu saja tetapi juga universal. Segala keputusan yang diambil setiap pelaku ekonomi akan berupaya dalam mewujudkan *mashlahah* dan menghilangkan *mafsadah*. Dunia merupakan tempat persinggahan sesaat, sehingga horizon waktu dalam rasionalitas ekonomi dalam Islam ialah harus mampu menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat.

Konsisten dengan pembahasan pada bab sebelumnya, bahwa pedoman berupa nilai-nilai moral dan prinsip syariat, akhirnya membentuk perilaku manusia sebagai pelaku ekonomi yang digerakkan atau dimotivasi oleh ketaatan pada Tuhan dan berusaha menjadi manusia yang paling mulia di hadapan Tuhan dari aktivitas ekonomi yang mereka lakukan. Dengan demikian, motivasi ini pula yang dapat dijadikan ukuran kesuksesan bagi seorang pelaku ekonomi. Semakin banyak harta yang mereka miliki memberikan manfaat (amal shaleh) bagi manusia lain, maka semakin sukses mereka, karena berharap dirinya semakin mulia di hadapan Allah SWT. Status mulia ini kemudian diharapkan akan memberikan kebahagiaan yang abadi bagi mereka nanti di akhirat. Itu mengapa ruang pandang dalam Islam pada dimensi waktu selain dunia tetapi juga akhirat itu penting. Oleh sebab itu parameter amal shaleh atau masalah menjadi ukuran yang diacu oleh pelaku ekonomi dalam memaksimalkan kepuasan atau kesuksesannya. Dengan begitu rasionalitas ekonomi Islam dibangun dari logika maksimalisasi kemaslahatan ini.

Konsep *masalah* yang telah dijelaskan pada bab 1 menunjukkan suatu konsep yang diangkat dari *maqashid syariah*. *Masalah* inilah yang kemudian menjadi tujuan dari seorang muslim. Oleh karenanya definisi rasional dalam ekonomi Islam ialah ia mampu memutuskan segala sesuatu berdasarkan logika berdasarkan nilai moral dan syariat Islam dalam setiap aktivitas ekonominya dalam rangka memaksimalkan masalah. Sehingga yang menjadi tujuannya tidak hanya tujuan dalam konteks duniawi, melainkan ada masalah yang menjadi tujuan akhirnya. Oleh karenanya rasionalitas dalam ekonomi Islam tidak hanya bersifat *utility-maximizer* dan *profit-maximizer*, melainkan menjadi *masalah maximizer*.

Menurut Aqil (1989) konteks rasionalitas ekonomi dapat diimplementasikan dari sisi perilaku pembelian oleh konsumen muslim, dimana perilakunya berdasarkan nilai moral dan syariat Islam, yaitu:

- 1) Konsumen muslim dinyatakan rasional jika pembelanjaan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Hal ini sesuai dengan QS Al-Israa: 29

"Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kami menjadi tercela dan menyesal" (QS Al-Israa: 29 & Al Baqarah: 219)

"Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, Kelebihan (dari apa yang diperlukan)." (QS Al Baqarah: 219)

- 2) Seorang konsumen muslim dapat dibilang rasional jika ia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang yang bersifat duniawi semata, melainkan turut pula untuk keperluan di jalan Allah SWT (*fi sabilillah*). Hal ini sesuai dalam QS Al-Israa: 26

"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros" (QS Al-Israa: 26)

"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian" (QS Al-Furqaan: 67)

- 3) Seorang konsumen muslim yang rasional akan mempunyai tingkat konsumsi yang lebih kecil daripada konsumen non-muslim dikarenakan konsumsi hanya diperbolehkan untuk barang-barang yang halal dan *thayyib* dengan motivasi memenuhi kebutuhan saja (bukan keinginan), sehingga kelebihan harta dapat dioptimalkan untuk meningkatkan belanja amal shaleh.

"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa sedang ia tidak menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang" (QS Al Baqarah: 173)

"Tidak ada dosa bagi orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan yang saleh karena memakan makanan yang telah mereka makan dahulu, apabila mereka bertakwa serta beriman dan mengerjakan amalan-amalan yang saleh, kemudian mereka tetap bertakwa dan beriman, kemudian mereka (tetap juga) bertakwa dan berbuat kebajikan. Dan Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan" (QS Al-Maaidah: 93)

- 4) Seorang konsumen muslim yang rasional hanya jika ia tidak menimbun dan menumpuk kekayaan melalui tabungan saja, tetapi harus melakukan investasi yang dapat mengembangkan atau memacu sirkulasi uang dalam rangka memacu dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Karena tabungan yang tidak diinvestasikan - atau disirkulasikan - akan memberikan kesempatan orang lain mengambil manfaat dari harta yang kita miliki, seperti manfaat sebagai modal usaha mereka.

Di samping empat poin yang disampaikan oleh Aqil (1989) di atas, rasionalitas konsumsi juga dibangun berdasarkan anjuran Rasulullah SAW untuk peduli pada manusia lain yang membutuhkan dan memaksimalkan pemanfaatan harta yang dimiliki setiap individu. Beberapa anjuran yang menjadi pedoman adalah:

"Tidak mukmin, orang yang kenyang sementara tetangganya lapar sampai ke lambungnya". (HR. Bukhari)

"Manusia terbaik adalah manusia yang paling bermanfaat bagi manusia lain". (HR. Thabrani)

(HR At-Tabrani)

Dengan anjuran ini menjadi logis bahwa rasionalitas ekonomi dalam Islam, baik konsumsi maupun produksi, adalah memaksimalkan pemanfaatan harta yang dimiliki oleh

seorang individu, agar kemudian pemilik harta mendapatkan tempat terbaik nanti di akhirat.

Konteks rasionalitas ekonomi dapat diimplementasikan dari sisi perilaku produsen muslim, dimana perilakunya berdasarkan nilai moral dan syariat Islam, yaitu:

- 1) Produsen muslim dinyatakan rasional jika produksi barang yang dilakukan tidak bertentangan dengan syariat Islam.
- 2) Seorang produsen muslim dapat dibilang rasional jika ia mengalokasikan sumber daya pada sumber daya yang tidak bertentangan dengan syariah.
- 3) Seorang produsen muslim yang rasional akan mempunyai tingkat produksi yang lebih kecil daripada produsen non-muslim dikarenakan produksi hanya diperbolehkan untuk barang-barang yang halal dan thayyib, sehingga kelebihan harta dapat dioptimalkan untuk meningkatkan belanja amal shaleh.

Pada aspek produksi, maksimalisasi masalah sebagai rasionalitas ekonomi dapat berupa:

- 1) memaksimalkan kemampuan merekrut tenaga kerja, sehingga semakin banyak orang yang direkrut sebagai pekerja, maka semakin banyak yang dapat memiliki sumber nafkah bagi diri dan keluarganya.
- 2) maksimalisasi masalah juga dapat berupa penentuan harga pada tingkat harga yang terjangkau bagi banyak masyarakat yang membutuhkan, bukan pada tingkat harga yang lebih *focus* pada maksimalisasi keuntungan.
- 3) Maksimalisasi *masalah* dapat berupa penjagaan proses produksi yang tidak merusak atau mencemari lingkungan, sehingga kelestarian alam dapat menjaga keberlanjutan aktivitas ekonomi bagi generasi selanjutnya.

c. ***Homo Islamicus* dan *Homo Economicus***

Konsep *homo economicus* dalam ekonomi konvensional merupakan simplifikasi model perilaku ekonomi manusia yang mengasumsikan dan menggeneralisasi semua orang sebagai individu yang memiliki sifat *perfect self interest* (sepenuhnya mementingkan diri sendiri), *perfect rationality* (rasionalitas yang sempurna), dan *perfect information* (informasi sempurna). Asumsi-asumsi tersebut kemudian menjadikan manusia sebagai pelaku ekonomi yang berlaku secara independen, tidak kooperatif, individualis, dan terisolasi dari komunitas atau masyarakat. Namun sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya, bahwa perilaku yang diperkirakan oleh model-model standar tersebut tidak sesuai dengan kenyataan. Terdapat berbagai faktor lain yang mendasarkan seorang individu dalam pengambilan keputusan seperti norma, agama, nilai moral, dan faktor lainnya.

Sehingga, secara spesifik ciri-ciri manusia sebagai *homo economicus* ialah bersikap tidak pernah puas, memiliki berbagai keinginan dan kebutuhan. Selain itu dalam kepentingan ekonomi cenderung untuk bertindak atas dasar kepentingan pribadi. Kemudian selalu membandingkan antara pengorbanan dan hasil yang dicapai, serta memilih kecenderungan menetapkan pilihan dari suatu kegiatan/aktivitas ekonomi yang paling dekat dengan tujuan yang ingin dicapai (Ibrahim dkk., 2021).

Para ilmuwan Islam pada umumnya menggantikan manusia rasional ekonomi yang materialistis, dan menggantikannya dengan sosok manusia yang tercipta sebagai akibat dari fenomena historis dan teoritis dengan *'ibad al-rahman* atau biasa dikenal juga dengan *homo Islamicus*, di mana perilaku dan tindakannya konsisten. Perilaku dari *Maslahah-oriented economic man* dinilai rasional karena sesuai dengan kaidah syariat yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang seimbang. Perilaku yang dituntun oleh prinsip dan aturan syariah ini muncul dari keyakinan bahwa Allah SWT sebagai pencipta dan manusia hanya sebagai makhluk yang harus tunduk dan patuh serta berorientasi tidak hanya di dunia namun juga di akhirat.

Perbedaan terpenting antara *Homo islamicus* dan *Homo economicus* adalah asumsi altruisme. Altruisme dalam Islam, bukan hanya sekedar muncul dari fitrah kemanusiaan yang memiliki rasa iba atau belas kasihan, tetapi juga muncul dan berkembang karena pemahaman pada nilai-nilai moral dan prinsip syariah Islam. Keberadaan nilai-nilai moral Islam dan prinsip syariah sebagai faktor penentu rasionalitas pelaku ekonomi Islam menjadi pembeda yang signifikan dengan rasionalitas konvensional. Artinya perilaku pelaku ekonomi dengan rasionalitas Islam dipengaruhi oleh keyakinan pada penilaian Tuhan, konsekuensi akhirat atau keyakinan pada dosa dan pahala. Seperti sistem pra-kapitalis lainnya, Islam disibukkan dengan kesejahteraan masyarakat di mana setiap individu berperilaku altruistik dan sesuai dengan norma-norma agama (Warde, 2000). Berdasarkan dua perspektif ini (yaitu rasionalisme ekonomi dan utilitarianisme) memunculkan teori perilaku konsumen. Teori ini menganggap maksimalisasi utilitas sebagai tujuan yang diinginkan konsumen. Utilitas yang akan dimaksimalkan adalah 'Homo economicus' yang tujuan utamanya adalah mencapai tingkat kepuasan ekonomi tertinggi dan yang satu-satunya stimulus adalah 'sense of money' (Kahf, 1978 dalam Farooq, 2011).

2. Tipologi Manusia Menurut Ekonomi Islam

Setelah membahas konsep rasionalitas baik dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam, maka selanjutnya kita akan membahas bagaimana membagi tipologi manusia berdasarkan orientasi perilaku. Tipologi ini tentu saja terbentuk berdasarkan asumsi rasionalitas yang dipengaruhi juga oleh pemahaman pada nilai-nilai moral dan prinsip syariah Islam, termasuk ketika rasionalitasnya tidak memiliki pemahaman terhadap nilai-nilai moral dan prinsip syariah Islam. Artinya tipologi secara sederhana dipengaruhi oleh sejauh mana pemahaman dan keyakinan pelaku ekonomi terhadap nilai-nilai moral dan prinsip syariah. Secara umum, kita akan membagi orientasi perilaku seseorang ialah berorientasi duniawi dan orientasi ukhrawi. Berdasarkan dua orientasi tersebut, maka kita akan dapat membagi manusia berdasarkan 4 tipologi, yaitu:

a. Tipe 1: *Maslahah-oriented economic man*.

Manusia tipe 1 ialah manusia yang berorientasi kepada pencapaian masalah, di mana masalah ini tidak hanya memberikan manfaat yang bersifat duniawi semata namun harus harus mendapatkan keberkahan. Secara umum, manusia tipe 1 diberi nama sebagai *Maslahah-oriented economic man* (*'ibad al-rahman*). Fokus pada manusia tipe 1 ini ialah keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan

spiritual. Orientasinya tidak hanya pemenuhan kebutuhan pribadinya semata, melainkan juga kebajikan dengan orang lain. Tipologi manusia ini mampu menunjukkan kedermawanan dengan turut membantu orang lain. Tipologi manusia ini menunjukkan kecenderungan untuk memaksimalkan kemampuan amal *shaleh*. Apabila kebutuhan diri dan keluarganya sudah terpenuhi, maka kelebihan harta yang dimiliki semaksimal mungkin menghasilkan amal *shaleh* atau *masalahah*.

Perilaku sahabat Rasulullah yaitu Salman Al Farisi r.a menjadi contoh yang baik dari tipologi manusia *masalahah oriented* ini. Dikisahkan Salman Al Farisi r.a yang konsisten memaksimalkan amal *shaleh* dari harta/uang yang dimilikinya. Setiap harinya Salman mengelola uang yang dimilikinya sebanyak 3 dirham, dengan membelanjakan 1 dirham untuk makan bersama keluarganya, 1 dirham untuk infak dan 1 dirham sisanya untuk modal usaha. 1 dirham untuk modal usaha itu dibelanjakan pelepah kurma kering yang kemudian dianyam menjadi tikar dan dijual di pasar Madinah dengan harga 3 dirham. Ketika mendapat 3 dirham dari penjualan tikar perilaku belanjanya kembali sama seperti sebelumnya. Saat Salman Al Farisi r.a diangkat menjadi gubernur oleh Umar bin Khattab dan mendapat gaji sebesar 5000 dirham, yang beliau lakukan menginfakkan semua gajinya untuk mereka yang membutuhkan dan untuk kebutuhan keluarganya beliau tetap menjalankan kebiasaannya dengan 3 dirham yang beliau bawa dari Madinah. Kisah ini menunjukkan bagaimana Salman memaksimalkan amal *shaleh* yang mampu beliau lakukan dengan harta yang dimilikinya.

Tipe manusia yang paling optimal ialah *Maslahah-oriented economic man with metaphysical optimization*. Mereka paling optimal karena memasukkan unsur iman dalam aktivitas kesehariannya, sehingga mampu menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat. Mereka mampu mengubah kebajikan menjadi amal saleh karena masuknya unsur iman didalamnya. Dunia menjadi sarana yang akan mengantarkan kepada kehidupan akhirat. Konsep kesejahteraan dalam *Maslahah-oriented economic man* tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan duniawi, tetapi juga bertujuan pada akhirat. Perilaku dari *Maslahah-oriented economic man* dinilai rasional karena sesuai dengan kaidah syari'at yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang seimbang. Oleh karena itu, setiap tindakan seorang *Maslahah-oriented economic man* tidak hanya digerakkan oleh moral dan emosional saja, tetapi juga dituntun oleh Al-Qur'an dan Hadits. Hal ini akan menjadikan individu akan bergerak secara ideal dengan pola perilaku yang sama. Mereka mampu menempatkan dunia sebagai alat dan sarana untuk dikapitalisasi agar dapat beribadah kepada Allah SWT dengan optimal.

Manusia tipe 1 dijelaskan di dalam Al-Quran surat Al-Qashash ayat 77:

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu yaitu kebahagiaan negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari kenikmatan duniawi, dan berbuat baiklah kepada orang lain, sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan." (QS Al-Qashash: 77)

"Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, "Kelebihan (dari apa yang diperlukan)." (QS Al Baqarah: 219)

Selain itu, hal ini telah dijelaskan pula dalam hadits:

Dari Anas ra, bahwasanya Rasulullah Saw. Telah bersabda, "Bukanlah yang terbaik diantara kamu orang yang meninggalkan urusan dunia karena mengejar urusan akhirat, dan bukan pula orang yang terbaik orang yang meninggalkan akhiratnya karena mengejar urusan dunianya, sehingga ia memperoleh kedua-duanya, karena dunia itu adalah perantara yang menyampaikan ke akhirat, dan janganlah kamu menjadi beban orang lain."

Abdurrahman bin Auf yang merupakan delapan orang pertama masuk Islam dan juga dijamin masuk surga dapat dikategorikan sebagai seorang *masalahah oriented-economic man with metaphysical optimization*. Beliau merupakan seorang pedagang yang sukses. Beliau pernah menjual tanah seharga 1000 dinar dan membagikan seluruh dinar tersebut kepada keluarganya Bani Zuhrah, istri-istri Nabi, dan warga yang miskin. Beliau juga pernah memberikan 500 kuda untuk pasukan muslimin yang akan berperang. Kekayaan yang dimiliki tidak membuatnya menjadi orang yang kufur dan tamak. Sebelumnya dirinya meninggal dunia, beliau mewasiatkan 500 ribu dinar untuk perjuangan di jalan Allah dan 400 dinar untuk setiap orang yang terlibat dalam perang Badar. Kisah hidup Abdurrahman bin Auf ini merupakan contoh nyata bahwa terdapat manusia tipe 1 yang mampu menyeimbangkan antara kehidupan duniawi dan *ukhrawi* yang dibingkai dalam suatu kerangka keimanan.

Manusia tipe 1 ini akan berupaya menyeimbangkan kehidupannya dengan memiliki orientasi kehidupan berikut:

- Horison waktu bagi *Maslahah-oriented economic man* ialah tidak hanya dunia saja, melainkan terdapat kehidupan setelah mati (akhirat). Oleh karenanya bagi *Maslahah-oriented economic man*, kehidupan akhirat merupakan tujuan yang harus dikejar.
- Dalam rangka mengejar kehidupan akhirat yang lebih baik, maka seorang *Maslahah-oriented economic man* akan berupaya memperbaiki kehidupan dunianya. Se cara praktis, seorang *masalahah-oriented* akan berikhtiar optimal mencari nafkah dengan sungguh-sungguh, sekuat yang mereka mampu, dengan kesadaran semakin meningkat pendapatan atau harta yang didapatkan, maka akan semakin banyak pemanfaatan yang mereka dapat berikan bagi manusia lain yang membutuhkan. Karena dalam pandangan seorang *Maslahah-oriented economic man*, kehidupan dunia yang baik akan menjadi bekal utama dalam menuju kehidupan akhirat.
- Seorang *Maslahah-oriented economic man* akan selalu berupaya menjaga lingkungan, karena horison waktu tidak hanya masa kini melainkan ada kehidupan yang harus dinikmati oleh generasi yang akan datang. Oleh karenanya, kelestarian lingkungan harus selalu dijaga agar dapat dinikmati oleh generasi yang akan datang.

b. Tipe 2: *Conventional Economic Man*

Manusia tipe 2 ialah manusia yang mengasumsikan dan melakukan generalisasi semua orang sebagai individu yang memiliki sifat *perfect self interest* (sempurnya mementingkan diri sendiri), *perfect rationality* (rasionalitas yang sempurna), dan *perfect information* (informasi sempurna). Manusia tipe 2 ialah manusia yang hanya berorientasi kepada kehidupan di dunia saja. Kelompok manusia ini lebih mengutamakan urusan duniawi daripada urusan ukhrawi karena kehidupannya hanya berorientasi kepada duniawi. Hal ini boleh jadi disebabkan pelaku ekonomi tidak memiliki keyakinan pada Tuhan dan nilai-nilai moral atau hukum agama yang harus menjadi rujukan. Kelompok tipe 2 ini dapat kita sebut sebagai *conventional economic man*, yaitu manusia yang lebih mengutamakan materi dan menafikkan kehadiran Allah SWT dalam aktivitas ekonominya. Bagi manusia tipe ini, semakin banyak pendapatan dan harta yang dimiliki maka akan semakin tinggi kepuasannya. Dengan demikian, orientasi dari manusia tipe ini adalah sebanyak mungkin menikmati pendapatan atau harta yang dimiliki. Manusia tipe 2 ini telah dijelaskan di dalam Al-Quran surat Hud ayat 15-16.

"Barangsiapa menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, niscaya Kami berikan kepada mereka balasan pekerjaan mereka di dunia dengan sempurna dan mereka di dunia itu tidak akan dirugikan. Itulah orang-orang yang tidak memperoleh balasan di akhirat kecuali neraka. Dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan." (QS Al Hud: 15-16)

Manusia tipe 2 merupakan manusia yang kecintaan pada dunia sangat tinggi, sehingga menjadikan ia tertipu dunia dan menjadi hamba dunia. Sosok-sosok seperti Qarun dan Firaun merupakan contoh *conventional economic man* yang ekstrim, di mana mereka menganggap bahwa keberhasilan diri mereka karena kemampuan mereka sendiri. Hal ini sebagaimana yang terdapat pada Al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 76 dan 78

"Sesungguhnya Qarun adalah termasuk kaum Musa, maka ia berlaku aniaya terhadap mereka, dan Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat [76]. Sesungguhnya aku hanya diberi harta itu karena ilmu yang ada padaku [78]."

Orientasi kehidupan seorang *economic man* hanya kepada dunia semata. Seseorang yang mencintai dunia (secara berlebihan), maka tidak akan pernah puas dan terus berambisi mengejar yang lebih daripada itu. Sebagaimana dalam hadits Rasulullah Saw

"Seandainya seorang manusia memiliki dua lembah (yang berisi) harta emas maka dia pasti (berambisi) mencari lembah harta yang ketiga." (HR Bukhari no. 6076 dan Muslim no. 116)

Manusia tipe 2 yang selalu berorientasi pada dunia pada akhirnya akan merasakan kekosongan spiritual. Imam Ibnul Qayyim rahimahullah berkata

"Pecinta dunia tidak akan terlepas dari tiga hal: kesedihan (kegelisahan) yang terus-menerus; kecapekan (kelelahan) yang berkelanjutan; dan penyesalan yang tidak pernah berhenti."

c. Tipe 3: *Ascetic Economic Man*

Tipe manusia ketiga ialah manusia yang hanya memikirkan kehidupan akhirat dan melupakan kehidupan dunia. Tipologi manusia ini dimungkinkan ada ketika pemahaman pada nilai-nilai moral dan prinsip syariat Islam dipahami tidak sempurna atau tidak tepat. Mereka beranggapan bahwa dunia bagaikan neraka, dan dunia ialah surganya orang-orang kafir. Orientasi kehidupan mereka hanya beribadah setiap saat. Tipe manusia ini hanya mementingkan ibadah individu saja dan tidak lagi memperdulikan keluarga, lingkungan, dan masyarakat. Seorang *ascetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *ascetic man* saja) hanya menghabiskan waktunya untuk beribadah baik ibadah wajib maupun sunnah. Kehidupan dunia bagi seorang *ascetic economic man* hanya akan melalaikan dari ibadah kepada Allah SWT.

"Ketahuilah, sesungguhnya kehidupan di dunia ini hanyalah permainan dan sesuatu yang melalaikan, perhiasan dan bermegah-megahan diantara kalian serta berbangga-bangga tentang banyaknya harta dan anak. Seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani. Kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning lalu menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras, begitu pula ampunan dari Allah serta keridhaan-Nya. Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu. Berlomba-lombalah kamu kepada ampunan dari Rabb-mu dan surga yang luasnya seluas langit dan bumi. (Surga yang) disediakan bagi orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasul-rasul-Nya. Itulah karunia yang Allah berikan kepada siapa saja yang dikehendaki-Nya. Dan Allah mempunyai karunia yang besar." (QS Al-Hadid: 20-21)

Manusia tipe ketiga ini sangat khawatir bahwa kehidupan dunia dan aktivitas di dalamnya selain ibadah, akan melalaikan dirinya dari ibadah kepada Allah SWT. Oleh sebab itu, manusia tipe ini mencukupkan dirinya dengan pendapatan sebesar kebutuhan pokoknya, sehingga aktivitas mencari nafkahnya tidak melalaikan aktivitas ibadah. Sehingga ia hanya fokus untuk beribadah kepada Allah SWT baik ibadah yang sifatnya wajib dan sunnah. Seorang *ascetic economic man* beranggapan bahwa ketika ia fokus mencurahkan waktunya hanya untuk beribadah personal dan berpendapat bahwa kefakirannya akan ditutup oleh Allah SWT.

Rasulullah SAW bersabda, *"Sesungguhnya Allah SWT berfirman: Wahai anak Adam! Curahkanlah (gunakanlah) waktumu untuk beribadah kepada-Ku, niscaya Aku penuhi dadamu dengan kekayaan (kekukupan) dan Aku tutup kefakiranmu. Jika engkau tidak melakukannya, maka Aku penuhi kedua tanganmu dengan kesibukan dan Aku tidak akan tutup kefakiranmu."* (HR Ahmad).

Seorang sahabat Nabi Muhammad SAW bernama Abdullah bin Amr adalah sosok ahli ibadah. Beliau tidak pernah beristirahat dan menghabiskan waktunya untuk beribadah

baik wajib maupun sunnah. Saking rajinnya beribadah, Abdullah kurang memperhatikan keluarga dan akhirnya istri beliau mengeluhkan perilaku suaminya kepada Rasulullah Saw. Mendengar keluhan tersebut, kemudian Rasulullah Saw melakukan klarifikasi kepada Abdullah bin Amr dan memintanya untuk menyeimbangkan antara ibadah dan perhatian kepada keluarga. Berdasarkan kisah dari sahabat Abdullah bin Amr ini kita dapat menyimpulkan bahwa terlalu berlebihan dalam beribadah sampai melupakan kehidupan dunia suatu hal yang tidak dianjurkan oleh Rasulullah Saw. Kita tidak boleh melampaui batas dalam beribadah kepada Allah SWT sebagaimana yang telah dilakukan oleh kaum terdahulu.

"Katakanlah: "Hai Ahli Kita, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulu (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus." (QS Al-Maidah: 77)

"Seseorang itu sudah cukup dikatakan sebagai pendosa jika ia menelantarkan orang-orang yang menjadi tanggungannya." (HR. Ahmad no. 6842)

d. Tipe 4: *Apathetic Economic Man*

Tipe manusia keempat diberi nama dengan *apathetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *apathetic man* saja), yaitu kelompok manusia yang menjauhi kehidupan dunia maupun akhirat. Tipologi manusia ini dimungkinkan ada ketika seseorang jangankan pemahaman tentang nilai-nilai moral dan prinsip syariat, bahkan boleh jadi mereka tidak memiliki pengetahuan tentang hakikat hidup. Sehingga manusia seperti ini tidak memiliki motivasi yang tepat untuk menjalani hidupnya. Manusia kelompok keempat ini hanya manusia yang hidup hanya sekedar hidup saja. Mereka senang bermalas-malasan dan melakukan aktivitas yang tidak produktif. Mereka malas memanfaatkan waktu untuk beribadah kepada Allah SWT dan malas pula mencari kehidupan dunia.

Kelompok manusia keempat ini yang sangat harus dihindari dan tidak dianjurkan dalam Islam. Rasulullah Saw selalu berdoa untuk dilindungi dari sifat malas ini.

"Dari Anas bin Malik radhiyallahu 'anhu berkata, Nabi berdoa "Ya Allah, aku berlindung kepada-Mu dari kegalauan dan kesedihan, kelemahan dan kemalasan, pengecutan dan kekikiran, tindihan utang, dan penindasan orang." (HR Bukhari no. 6369)

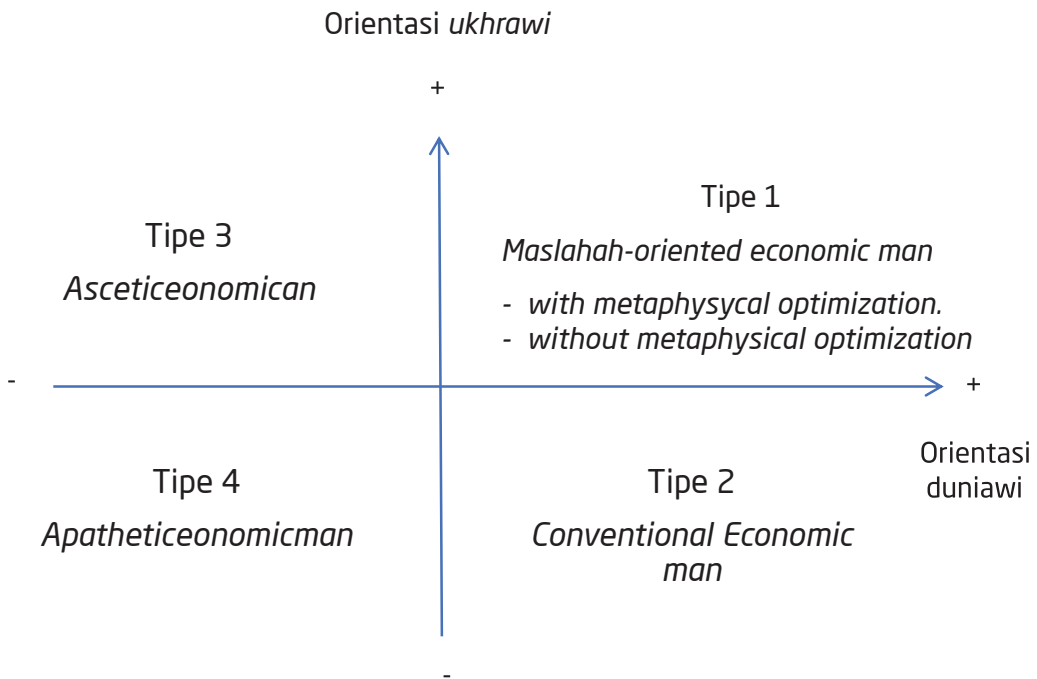
"Pendapatan yang terbaik dari seseorang adalah hasil jerih payah tangannya" (HR Ibnu Majah no. 2138).

"Sesungguhnya Allah mencintai orang mukmin yang bekerja." (HR Ath Thabrani)

Hadits-hadits di atas menegaskan bahwa Allah cinta kepada orang yang mau bekerja dan membenci orang yang malas. Setiap manusia wajib untuk bekerja, berusaha, ber-

benar-benar dan tidak menelantarkan orang yang menjadi tanggungannya. Orang yang hanya duduk diam, ia bukanlah *mutawakkil* (orang yang bertawakal), melainkan ia adalah *mutawakkil* (orang yang pura-pura tawakal). Karena ini merupakan sifat kemalasan dan bukan sikap tawakkal.

Gambar 2.1. Tipologi Manusia Berdasarkan Orientasi Perilaku



TAHUKAH ANDA?

Sholah Athiyah seorang insinyur dari Mesir. Setelah lulus dan menjadi insinyur, Sholah mengajak kawan-kawannya sesama lulusan fakultas pertanian untuk berbisnis bersama. Mereka pun bersepakat untuk membuat bisnis peternakan unggas sembari mencari mitra kesepuluh karena kendala modal. Namun selayaknya bisnis, ada yang tidak berjalan begitu baik, salah satu benturannya adalah modal. Mereka pun mengumpulkan modal dari penjualan tanah, perhiasan istri-istrinya, sampai meminjam agar bisnis berjalan.

Satu kali Sholah menuntaskan pertanyaan teman-temannya tentang mitra ke-10 tersebut. "Aku sudah menemukannya," katanya. Rasa penasaran pun menghampiri, "Siapa?" tanya mereka. "Allah," jawab Sholah singkat. "Allah akan menjadi mitra usaha kita yang ke-10. Allah akan mendapat 10% dari usaha kita. Dengan perjanjian, Allah yang akan memberikan perlindungan dan pemeliharaan, keamanan dari segala wabah penyakit," lanjutnya. Saking seriusnya mereka dengan perjanjian tersebut, mereka bahkan menuliskan perjanjiannya dan diserahkan kepada notaris, lengkap dengan peran-peran dari

Sang Mitra ke-10. Sang Mitra Terbaik tak pernah ingkar pada janjinya. Dalam satu musim, bisnis itu pun meroket. Sejalan dengan pesatnya bisnis, keuntungan Sang Mitra terus dinaikkan dari 20% sampai 50%.

Pembagian hasil itu bermuara kepada pembangunan sekolah dari SD hingga SMA untuk putra dan putri. Tapi keuntungan terus bertambah hingga akhirnya terbesit sebuah ide untuk membangun universitas di sana, sebuah perkampungan kecil. Tak tanggung, demi membangun sebuah universitas yang mudah diakses, mereka juga membangun universitas itu lengkap dengan jalur kereta yang gratis bagi mahasiswa. Asrama putri berkapasitas 600 orang dan asrama putra berkapasitas 1.000 orang serta rumah sakit berdiri di dekat kampus dengan 5 fakultas itu. Universitas Al-Azhar Tafahna namanya. Akhirnya 100% usaha tersebut diberikan Sholah kepada Allah. Manfaat wakaf masuk ke kehidupan masyarakat mulai dari bantuan pangan, membuka lapangan pekerjaan di aset-asetnya, menyediakan hidangan buka puasa, hingga memberikan perabotan bagi perempuan yatim yang hendak menikah. Masyarakat begitu mencintai Sholah Athiyah karena kepeduliannya. Konon menurut Ustaz Jalaludin, ketika ia wafat pada 2016 lalu, bahkan ada sekitar 500.000 orang dari kampung tersebut yang mengantar kepulangannya.

Merujuk pada kisah Sholah Athiyah ini menunjukkan seorang *Maslahah-oriented economic man* yang meletakkan Allah SWT sebagai salah satu mitra bisnisnya. Sebenarnya awal bisnis yang dirintis mengalami kesulitan pembiayaan, namun setelah mereka bertawakkal dengan menjadikan Allah SWT sebagai mitra kesepuluh menjadikan bisnis yang mereka rintis berkembang pesat.

3. Konsep Kebutuhan dalam Islam

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang harus dimiliki setiap manusia untuk mempertahankan hidup dan memperoleh kesejahteraan serta kenyamanan. Seorang konsumen harus mampu membedakan antara kebutuhan dengan keinginan. Penjelasan tentang perbedaan antara kebutuhan dan keinginan akan dijelaskan lebih lanjut pada bab berikutnya. As-Syatibi mengklasifikasi kebutuhan berdasarkan urgensitasnya, yaitu:

a. *Dharuriyat* (primer)

Kebutuhan *dharuriyah* ialah kebutuhan yang paling utama dan paling penting untuk dipenuhi. Apabila manusia tidak mampu memenuhi kebutuhan *dharuriyat* ini maka ia akan dapat terancam kelangsungan hidupnya. Kebutuhan ini harus memenuhi perlindungan terhadap pemeliharaan agama, jiwa, keturunan, akal, dan harta. Salah satu contoh kebutuhan *dharuriyat* ialah pemenuhan terhadap sandang, pangan, papan, dan kesehatan.

b. *Hajiyat* (sekunder)

Kebutuhan *hajiyat* adalah kebutuhan sekunder atau kebutuhan setelah kebutuhan *dharuriyat*. Apabila kebutuhan *hajiyat* tidak terpenuhi maka tidak akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia. Namun manusia tersebut akan mengalami

kesulitan dalam melakukan suatu kegiatan. Hal yang membedakan *dharuriyat* dengan *hajiyyat* ialah pengaruhnya kepada keberadaan manusia.

c. *Tahsiniyat* (tersier)

Kebutuhan *tahsiniyat* adalah kebutuhan yang bersifat tersier dan dapat dipenuhi setelah kebutuhan *dharuriyat* dan *hajiyyat* terpenuhi. Kebutuhan pada tingkatan ini ialah agar kehidupan dapat menjadi lebih nyaman lagi. Salah satu contoh kebutuhan *tahsiniyat* ialah kebutuhan untuk berlibur.

Ketiga kebutuhan ini memiliki sifat hubungan yang berjenjang, di mana dimulai dari yang paling terpenting sampai kepada yang dianggap pelengkap. Hubungan antara ketiga jenis dan tingkat keperluan dan perlindungan ini oleh as-Syatibi dijelaskan sebagai berikut:

- *Dharuriyyat* adalah dasar bagi *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat*.
- Kerusakan *Dharuriyyat* akan menyebabkan kerusakan seluruh *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat*.
- Kerusakan *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat* tidak akan menyebabkan kerusakan *Dharuriyyat*.
- Kerusakan seluruh *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat* akan mengakibatkan kerusakan sebagian *Dharuriyyat*.
- Keperluan dan perlindungan *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat* perlu dipelihara untuk kelestarian *Dharuriyyat*.

Kebutuhan *dharuriyyat* adalah pokok dan landasan bagi dua keperluan dan perlindungan di tingkat bawahnya. Keberadaan dua terakhir (*Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat*) bergantung penuh kepada *Dharuriyyat*. Dengan arti kalau kebutuhan pertama tidak terpenuhi maka yang dua di bawahnya menjadi tidak bermanfaat. Misalkan orang yang lebih mementingkan gaya hidup untuk beli tas mewah namun ia sendiri kesulitan untuk makan. Sedangkan keberadaan *dharuriyyat* tidak bergantung pada dua yang berada pada dua kebutuhan berikutnya. Dengan arti walaupun dua yang di bawahnya tidak ada sama sekali, *dharuriyyat* masih tetap ada walaupun dalam bentuk yang tidak sempurna.

Apabila kita merujuk pada ekonomi konvensional, maka klasifikasi kebutuhan yang terkenal ialah klasifikasi kebutuhan menurut Maslow (1943). Abraham Maslow adalah seorang psikolog yang pemikirannya banyak dimanfaatkan dalam ilmu manajemen. Di sisi lain, Pemikirannya juga memiliki implikasi pada ranah filosofis sehingga dapat membantu beberapa pertanyaan kuno filsafat manusia tentang apa dan siapa manusia. Selain itu, Maslow bukanlah seorang materialis ataupun platonis. Artinya, ia tidak memandang manusia sebagai sepotong materi yang berkembang cukup tinggi, bukan pula "roh" yang harus membebaskan diri dari "penjara tubuh". Karenanya, benar bahwa manusia harus memenuhi kebutuhan fisiknya lebih dulu. Jika tidak, ia akan mati. Di sisi lain, kebutuhan akan sesama juga penting. Di sinilah Maslow ingin menunjukkan bagaimana manusia dengan berbagai kebutuhannya dapat mengaktualisasikan diri menjadi manusia utuh (Leahy, 1993). Maslow (1943) menjelaskan bahwa terdapat lima hierarki kebutuhan, yaitu:

- a. Kebutuhan fisiologis, merupakan kebutuhan paling mendasar dari hierarki Maslow. Kebutuhan ini disebut juga sebagai kebutuhan primer, seperti makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal. Manusia harus memenuhi kebutuhan fisiologis terlebih dahulu sebelum ia beranjak pada kebutuhan berikutnya.
- b. Kebutuhan rasa aman, merupakan kebutuhan hierarki kedua, di mana meliputi kebutuhan keamanan dan perlindungan dari bahaya fisik dan emosi. Kebutuhan ini didapatkan setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi. Kebutuhan rasa aman dipenuhi untuk mendukung pemenuhan kebutuhan lain agar dapat berjalan dengan baik.
- c. Kebutuhan sosial, meliputi kebutuhan akan kasih sayang, rasa memiliki, bersosialisasi, dan persahabatan. Manusia sejatinya adalah makhluk sosial yang membutuhkan untuk bersosialisasi dengan orang lain. Selain itu, manusia senantiasa akan membutuhkan bantuan dari orang lain.
- d. Kebutuhan penghargaan, meliputi beberapa faktor internal seperti harga diri, otonomi, dan prestasi; serta faktor eksternal seperti status, pengakuan, pujian, dan perhatian. Setiap manusia pada dasarnya akan bahagia apabila dihargai, oleh karenanya setiap manusia akan memiliki kecenderungan untuk dihargai atas pencapaian yang berhasil diraihny. Kebutuhan ini dapat menjadi suatu hal yang penting bagi seseorang yang sedang mencari status pencitraan dirinya.
- e. Kebutuhan aktualisasi diri, menempati posisi tertinggi dari hierarki Maslow. Kebutuhan untuk mengembangkan potensi yang ada pada diri sendiri, kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi dirinya, serta kebutuhan untuk menjadi orang yang lebih baik. Kebutuhan ini biasanya hanya dipenuhi oleh orang-orang yang memiliki ambisi dan berani menerima tantangan dari luar. Pemenuhan kebutuhan ini bertujuan untuk memperoleh kepuasan batin dan meningkatkan kepercayaan diri.

Gambar 2.2. Klasifikasi Kebutuhan Menurut Maslow (1943)



Selanjutnya, sebagaimana yang telah kita bahas sebelumnya bahwa manusia secara umum dapat dibagi kepada empat tipe manusia berdasarkan orientasi duniawi dan ukhrawinya. Oleh karenanya, dalam hal pemenuhan kebutuhannya pun dapat diklasifikasikan berdasarkan empat tipe manusia tersebut.

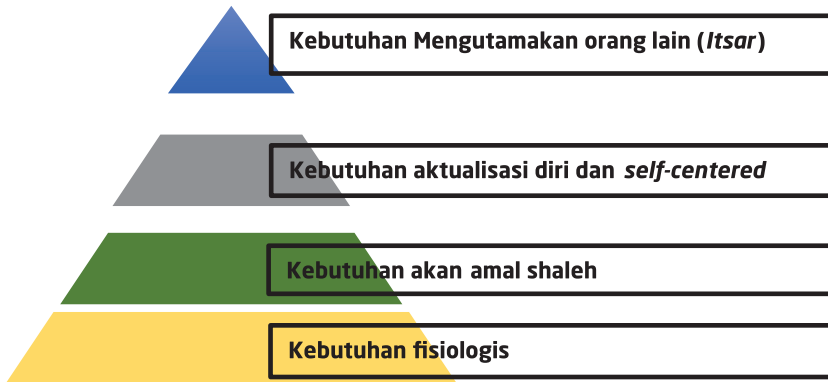
- a. Kebutuhan fisiologi: Tipe 4 *Apathetic economic man*
Hierarki kebutuhan terendah ialah kebutuhan akan fisiologis, Kebutuhan fisiologis adalah yang paling mendasar dan paling mendominasi kebutuhan manusia. kebutuhan ini lebih bersifat biologis seperti oksigen, makanan, air dan sebagainya, di mana bagi seorang *apathetic man* yang penting sekedar terpenuhi kebutuhan fisiologisnya. Kebutuhan fisiologis bagi seorang *apathetic man* hanya untuk keberlangsungan hidupnya.
- b. Kebutuhan amal shaleh: Tipe 3 *Ascetic economic man*
Hierarki kebutuhan kedua ialah dimiliki oleh seorang *ascetic man*, di mana setelah terpenuhi kebutuhan fisiologis dasarnya maka ia berorientasi pada pemenuhan amal shaleh semata. Aktivitasnya hanya diisi dengan ibadah personal kepada Allah SWT baik yang bersifat wajib maupun sunnah. Aktivitas ibadah hanya dijeda sementara ketika mereka memenuhi kebutuhan fisiologisnya.
- c. Kebutuhan aktualisasi diri dan *self centered*: Tipe 2 *Conventional economic man*
Hierarki kebutuhan berikutnya ialah pemenuhan kebutuhan-kebutuhan duniawi yang bertujuan untuk aktualisasi diri namun berorientasi kepada dirinya sendiri saja. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya bahwa seorang *conventional economic man* hanya berorientasi pada pemenuhan duniawi dirinya sendiri.
- d. Kebutuhan mengutamakan orang lain (*itsar*): Tipe 1 *Maslahah-oriented economic man*.
Hierarki kebutuhan tertinggi dalam tipologi manusia menurut ekonomi Islam, yaitu kebutuhan mengutamakan orang lain atau biasa dikenal dengan *itsar*. *Itsar* secara bahasa bermakna mendahulukan atau mengkhususkan. Sedangkan secara istilah dapat berarti mendahulukan orang lain daripada dirinya sendiri pada sesuatu yang bermanfaat baginya dan memberikan pada orang lain. Hal ini sebagaimana yang tertuang dalam firman Allah SWT:

"Dan orang-orang yang telah beriman (Anshar) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka mencintai orang yang berhijrah kepada mereka. Dan mereka tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin), dan mereka mengutamakan (orang-orang muhajirin), atas diri mereka sendiri. Sekalipun mereka memerlukan (apa yang mereka berikan itu). Dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS Al-Hasyr: 9).

Konsep *itsar* lahir dari prinsip sesama muslim dan mukmin adalah bersaudara. Mereka bagaikan satu tubuh, jika yang satu sakit maka yang lain akan turut merasakannya. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Rasulullah Saw.

“Perumpamaan orang-orang mukmin dalam saling mencintai dan saling mengasihi bagaikan satu tubuh, apabila satu anggota badan merintih kesakitan, sekejup badan akan merasakan panas dan demam.” (HR. Muslim)

Gambar 2.3. Klasifikasi Kebutuhan Berdasarkan Tipologi Manusia



TAHUKAH ANDA?

Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara paling dermawan di dunia menurut *Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index 2021*. Sepanjang tahun 2020, Indonesia mencatatkan total skor sebesar 69 atau naik dari skor sebelumnya sebesar 59 pada 2018, saat terakhir kali indeks tahunan diterbitkan. Jika dibandingkan dengan negara lain, sebagian besar negara barat turun peringkat karena terdampak pandemi covid-19. Misalkan, Amerika Serikat yang turun peringkat ke 19 dunia dari posisi 5 besar. Pada laporan tersebut dinyatakan bahwa 8 dari 10 orang Indonesia menyumbangkan uangnya dan tingkat sukarelawan negara lebih banyak dari tiga kali rata-rata global.

Kondisi pandemi covid-19 yang berdampak pada menurunnya aktivitas perekonomian di tiap negara tentu menjadikan tiap individu fokus pada diri mereka masing-masing. Hal ini yang terjadi pada negara-negara barat, dimana terjadi penurunan tingkat kedermawanan selama pandemi covid-19. Jika merujuk pada tipologi manusia yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hal ini adalah suatu hal yang lumrah bagi seorang *conventional economic man*.

Namun kondisi berbeda terjadi di Indonesia, di mana ketika kondisi pandemi covid-19 ternyata tingkat kedermawanan masyarakat Indonesia meningkat. Hal ini menunjukkan tingkat empati yang tinggi dari masyarakat Indonesia terhadap saudaranya yang mengalami kesulitan akibat dari pandemi covid-19 ini. Kondisi yang terjadi di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masuk dalam manusia tipe 2 yaitu *Maslahah-oriented economic man*, di mana mereka masih memikirkan tentang kebutuhan orang lain di saat mereka sendiri mungkin mengalami kesulitan yang sama.

4. Studi Kasus

Studi Kasus 1: Zakat: Suatu Pengeluaran atau Investasi Masa Depan?

Seorang muslim yang berkecukupan hartanya memiliki kewajiban untuk berzakat, karena zakat merupakan ibadah yang tidak hanya memiliki dimensi ibadah namun juga dimensi sosial. Dalam perspektif ekonomi konvensional, pengeluaran untuk zakat dapat dianggap sebagai suatu pengeluaran yang tidak rasional, karena tidak memiliki dampak terhadap peningkatan utilitas dari konsumen. Apabila menggunakan perspektif rasionalitas yang ada, maka lebih baik alokasi anggaran untuk membayar zakat dipergunakan untuk pengeluaran konsumsi yang dapat lebih memaksimalkan utilitasnya. Hal ini disebabkan perspektif waktu yang digunakan hanya perspektif kehidupan di dunia saja. Bagi seorang *conventional economic man* yang sepenuhnya berorientasi pada kepentingan pribadinya (*self interest*), maka alokasi pendapatan untuk membayar zakat dianggap sebagai pengeluaran yang mengurangi utilitasnya.

Namun bagi seorang *Maslahah-oriented economic man*, pengeluaran zakat merupakan bagian dari investasi masa depan. Perspektif waktu seorang muslim ialah tidak hanya di dunia namun ada kehidupan di akhirat. Sehingga, zakat yang dibayarkan merupakan investasi bagi seorang muslim untuk bekal di kehidupan akhiratnya kelak. Bagi seorang *Maslahah-oriented economic man*, membayar zakat akan mampu membersihkan dan mensucikan harta yang mereka miliki. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 103, dimana artinya berbunyi:

"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui". (QS At-Taubah: 103)

Menunaikan zakat berarti membersihkan harta benda yang tinggal, di mana harta itu merupakan hak orang lain. Mereka adalah orang yang kemudian ditentukan sebagai penerima zakat. Menunaikan zakat akan menyebabkan suatu keberkahan. Hal itu akan membuat harta menjadi berlipat. Perintah ini berlaku terhadap semua pemimpin atau penguasa dalam masyarakat untuk memungut zakat kemudian membagikannya kepada orang yang berhak menerima zakat. Oleh karenanya bagi seorang *Maslahah-oriented economic man*, zakat bukanlah beban dan pengeluaran, melainkan investasi masa depan.

Suatu kisah yang menarik yang dapat ditarik menjadi pembelajaran bagi kita ialah kisah Tsa'labah Ibn Hathib al-Anshari. Tsa'labah dikisahkan beberapa kali menghadap kepada Rasulullah untuk didoakan agar dianugerahi rezeki yang melimpah, namun Rasulullah selalu menolak permintaan yang diajukan oleh Tsa'labah tersebut. Sampai pada suatu saat Rasulullah mengabulkan permintaan tersebut karena Tsa'labah bersumpah bahwa apabila dia diberikan kekayaan, maka dia akan memberikan hak kepada setiap orang yang berhak menerimanya. Kemudian Allah SWT memenuhi doa Rasulullah dan Tsa'labah dikaruniai rezeki yang melimpah melalui hewan ternaknya yang selalu bertambah setiap harinya.

Namun seiring dengan semakin bertambahnya jumlah hewan ternaknya, ia semakin sibuk dan mulai meninggalkan ibadah. Dimulai dari meninggalkan ibadah berjamaah yang biasa dilakukan sampai menghindari kewajiban berzakat. Tsa'labah menolak utusan Rasulullah yang memintanya untuk menunaikan kewajiban berzakat. Allah kemudian menurunkan firman-Nya dalam surat At-Taubah ayat 75-77.

"Dan diantara mereka ada orang yang telah berjanji kepada Allah, "Sesungguhnya jika Allah memberikan sebagian dari karunia-Nya kepada kami, niscaya kami akan bersedekah dan niscaya kami termasuk orang-orang yang saleh. Ketika Allah memberikan kepada mereka sebagian dari karunia-Nya, mereka menjadi kikir dan berpaling, dan selalu menentang (kebenaran). Maka Allah menanamkan kemunafikan dalam hati mereka sampai pada waktu mereka menemui-Nya, karena mereka telah mengingkari janji yang telah mereka ikrarkan kepada-Nya dan (juga) karena mereka selalu berdusta." (QS At Taubah: 75-77).

Studi Kasus 2: Utsman bin Affan: Membeli Sumur Milik Yahudi untuk Umat Islam

Utsman bin Affan merupakan salah seorang sahabat Nabi Muhammad Saw yang banyak menyumbangkan kekayaannya untuk menegakkan panji-panji Islam, serta merupakan salah seorang Khulafaur Rasyidin. Alkisah pada masa tersebut di Madinah hanya ada satu sumur yang mengeluarkan air dan sumur tersebut dimiliki oleh seorang Yahudi. Permasalahan yang muncul ialah kemudian seorang Yahudi menjual airnya kepada umat Islam dengan harga yang tinggi. Kabar ini akhirnya sampai kepada Rasulullah, kemudian Rasul menyerukan kepada para sahabatnya bahwa siapapun yang membeli sumur milik Yahudi dan mewakafkan kepada umat Islam, maka kelak ia akan mendapatkan minuman di surga, sebanyak air dalam sumur tersebut.

Utsman bin Affan kemudian mendatangi seorang Yahudi pemilik sumur tersebut dan bernegosiasi, setelah negosiasi yang alot akhirnya pemilik sumur bersedia menjual dengan harga 12.000 dirham untuk separuh kepemilikan sumur. Hal ini berarti kepemilikan sumur tersebut bergantian, sehari dimiliki oleh Utsman bin Affan sehingga umat Islam bebas mengambil pada hari itu, sementara hari berikutnya untuk Yahudi. Ketentuan seperti ini berlaku hingga hari-hari berikutnya. Kondisi demikian berjalan beberapa saat, sampai kemudian orang Yahudi tersebut menawarkan kepada Utsman untuk membeli secara penuh sebesar 8.000 dirham. Dengan demikian, sumur tersebut sudah dimiliki Utsman bin Affan secara penuh dan sampai hari ini sumur wakaf tersebut masih mengalir.

Pertanyaan Studi Kasus

1. Perilaku Tsa'labah dalam kisah di atas merupakan salah satu perilaku yang masuk dalam tipe manusia yang mana? Berikan penjelasan anda!
2. Keputusan Utsman bin Affan dalam membeli sumur milik Yahudi untuk umat Islam masuk dalam kategori *itsar* atau dermawan? Jelaskanlah jawaban anda!

Kesimpulan

Islam telah mengatur kehidupan manusia secara komprehensif termasuk dalam berbagai aktivitas ekonomi. Rasionalitas dalam ekonomi konvensional dapat diartikan sebagai mementingkan diri sendiri (*self interest*) dan konsistensi individu dalam melakukan pilihan sebagai upaya untuk memaksimalkan tujuan yang ingin dicapai. Konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional ini mendapat kritik karena mengasumsikan suatu sikap yang terlalu sempurna. Hal ini berbeda dengan konsep rasionalitas ekonomi Islam yang memandang berbeda mengenai konsep sukses dan horison waktu.

Berdasarkan konsep rasionalitas ekonomi yang berbeda tersebut, maka disusun suatu tipologi manusia berdasarkan orientasi duniawi dan ukhrawinya. Tipologi manusia yang disusun terdiri atas: *Maslahah-oriented economic man*, *conventional economic man*, *ascetic man*, dan *apathetic man*. Kemudian disusunlah hierarki kebutuhan berdasarkan dari yang terbawah yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan amal saleh, kebutuhan akan aktualisasi diri dan *self-centered*, serta kebutuhan mengutamakan orang lain (*itsar*).

Rangkuman

1. Manusia sebagai makhluk ekonomi memiliki ciri-ciri rasional, konsisten, individualis, dan selalu ingin mencari keuntungan. Rasionalitas telah menjadi inti dari ekonomi konvensional dan menjadi asumsi dasar dalam berbagai model ekonomi modern. Asumsi *self interest* dalam rasionalitas ekonomi mengizinkan setiap individu untuk membuat keputusan sendiri, mereka akan melakukan apa pun yang terbaik untuk mereka. Konsep homo economicus dalam ekonomi konvensional merupakan simplifikasi model perilaku ekonomi manusia yang mengasumsikan dan Menggeneralisasi semua orang sebagai individu yang memiliki sifat *perfect self interest* (sepenuhnya mementingkan diri sendiri), *perfect rationality* (rasionalitas yang sempurna), dan *perfect information* (informasi sempurna).
2. Terdapat perbedaan konsep rasionalitas ekonomi terkait dengan konsep sukses dan horison waktu. Hal ini menjadikan para ilmuwan Islam pada umumnya menggantikan manusia rasional ekonomi yang materialistis, dan menggantikannya dengan sosok manusia yang tercipta sebagai akibat dari fenomena historis dan teoritis dengan *Maslahah-oriented economic man* (*'ibad al-rahman*) atau biasa dikenal juga dengan *homo Islamicus*, dimana perilaku dan tindakannya konsisten.
3. Konsep rasionalitas ekonomi yang berbeda kemudian diturunkan menjadi klasifikasi manusia berdasarkan orientasi duniawi dan ukhrawinya. Terdapat empat tipe manusia, yaitu manusia yang mampu menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhiratnya. Manusia tipe 1 ini disebut dengan *Maslahah-oriented economic man*. Tipe manusia kedua ialah manusia yang condong kepada duniawi dan meninggalkan aspek spiritualitas dalam aktivitas ekonominya, manusia tipe kedua ini disebut dengan *conventional economic man*. Berikutnya ialah manusia yang kecenderungan untuk selalu melaksanakan ibadah personal kepada Allah SWT baik yang wajib maupun sunnah, namun cenderung meninggalkan dunia. Manusia tipe ketiga ini disebut dengan *ascetic economic man*. Terakhir ialah manusia tipe 4 yang malas untuk

melaksanakan ibadah kepada Allah SWT dan tidak mau pula mengejar kebutuhan dunianya. Manusia tipe 4 ini diberi nama *apathetic economic man*.

4. Kebutuhan manusia berdasarkan urgensitasnya dapat diklasifikasi menjadi tiga kebutuhan yaitu: *dharuriyat*, *hajjiyat*, dan *tahsiniyat*. Sedangkan kebutuhan manusia berdasarkan tipe manusia diatas dapat dibuat hierarki dari yang terbawah. Kebutuhan paling mendasar ialah kebutuhan fisiologis hanya sebagai kebutuhan untuk bertahan hidup saja. Kebutuhan paling bawah ini ialah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia tipe 4 yaitu *apathetic man*. Hierarki kebutuhan kedua setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi ialah kebutuhan akan amal shaleh yang dikejar oleh manusia tipe 3 yaitu kelompok *ascetic man*. Selanjutnya kebutuhan untuk aktualisasi diri dan *self-centered* yang harus diraih oleh manusia tipe 2 seorang *conventional economic man*. Hierarki kebutuhan paling tinggi ialah dipenuhi oleh seorang *Maslahah-oriented economic man*, dimana ia lebih mendahulukan kebutuhan orang lain daripada kebutuhannya sendiri (*itsar*).

Pertanyaan

1. Jelaskanlah konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional?
2. Jelaskanlah kritik yang diajukan atas konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional?
3. Jelaskanlah rasionalitas dalam perilaku pembelian oleh konsumen muslim?
4. Jelaskanlah pembagian tipologi manusia berdasarkan orientasi perilaku duniawi dan ukhrawinya?
5. Jelaskanlah klasifikasi kebutuhan manusia berdasarkan urgensitas (tingkat kepentingannya)?
6. Jelaskanlah pembagian kebutuhan manusia menurut empat tipe manusia berdasarkan orientasi duniawi dan ukhrawinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil, S. O. S. (1989). Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal. *Journal of Islamic Economics*, 2(2), 79-94.
- Aydin, N. (2013). Redefining Islamic Economics as a New Economic Paradigm. *Islamic Economic Studies*, 21(1), 1-34.
- Farooq, M. O. (2011). Self-Interest, Homo Islamicus and Some Behavioral Assumptions in Islamic Economics and Finance. *International Journal of Excellence in Islamic Banking and Finance*, 1(1), 52-79.
- Hey, J. D. (1993). Rationality is as Rationality Does. In B. Gerrard (Ed). *The Economics of Rationality*. London: Routledge.
- Hossain, B. (2014). Economic Rationalism and Consumption: Islamic Perspective. *International Journal of Economics, Finance, and Management*, 5(2), 273-281.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). Pengantar Ekonomi Islam. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia. Jakarta.
- Kahf, M. (2004). The Demand Side or Consumer Behavior: Islamic Perspective. Retrieved from: http://monzer.kahf.com/papers/english/demand_side_or_consumer_behavior.pdf
- Leahy, L. (1993). Manusia Sebuah Materi, Sintesis Filosofis tentang Makhluq Paradoksal. Jakarta: Gramedia.
- Maslow, Abraham (1943). A Theory of Human Motivation.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. (2015). Ekonomi Islam. Jakarta. RajaGrafindo Persada.
- Ramli, A. M., & Mirza, A. A. (2007). The Theory of Consumer Behavior: Conventional vs. Islamic. Proceeding the 2nd Islamic Conference (iECONS) 2007. Islamic Science University of Malaysia.
- Warde, I. (2000). Islamic Finance in the Global Economy. Edinburgh University Press. Edinburgh.

BAB 3:

TEORI PERILAKU KONSUMEN

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut ini:

- a. Pendekatan Islam dalam konsumsi
- b. Landasan teori perilaku konsumen dalam perspektif Islam
- c. Preferensi dan prioritas konsumsi dalam perspektif Islam
- d. Kerangka masalah dan maqashid syariah dalam perilaku konsumsi perspektif Islam
- e. Faktor yang menentukan konsumsi dalam Islam

3.1 Evaluasi Teori Konsumsi

Setiap aktivitas manusia berkaitan dengan ibadah atau mempunyai nilai ibadah dan bersifat ketuhanan, sehingga Islam memandang perilaku manusia dalam ekonomi merupakan bagian dari aktivitas ibadah. Para ekonom Islam menganggap perlu adanya pengembangan teori perilaku konsumen dalam ekonomi Islam yang dilakukan dengan elaborasi sumber-sumber ajaran islam terhadap elemen-elemen perilaku manusia yang berkaitan dengan konsumsi. Para ekonom muslim telah mengembangkan elemen dasar dalam ekonomi Islam yang mencakup lima poin penting yaitu agama, jiwa, intelektual, keluarga dan keturunan serta material/harta.

Dalam perspektif Islam, konsumen tidak hanya melihat faktor kepuasan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, akan tetapi konsumen peduli terhadap individu lain dan suatu kelompok masyarakat. Mereka cenderung memberikan perhatian terhadap individu yang tidak bisa memenuhi kebutuhan dasarnya. Selain itu, individu dalam Islam juga memberikan perhatiannya kepada kepentingan masyarakat seperti lingkungan, konservasi terhadap sumber daya yang langka/terbatas, tingkat pekerjaan dan pembentukan modal. Beberapa faktor tersebut akan memberikan sudut pandang yang berbeda dan mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam menentukan pilihannya diluar variabel harga.

Hal lain yang dapat dilihat dalam perspektif Islam adalah perilaku konsumen dalam kaitannya dengan konsumsi, tabungan dan investasi. Tidak adanya bunga dan penetapan zakat terhadap tabungan memberikan pengaruh terhadap integrasi keputusan untuk melakukan kegiatan konsumsi dan investasi. Selain itu, salah satu alasan untuk memilih berinvestasi dibandingkan melakukan konsumsi adalah pertimbangan individu dalam kepeduliannya untuk masyarakat lain termasuk keluarga dan pembangunan. Dengan alasan yang sama, individu muslim mungkin memilih menyimpan uangnya untuk dapat diberikan kepada orang yang lebih membutuhkan (fakir/miskin). Keputusan untuk tidak melakukan konsumsi sebagaimana seseorang termotivasi memberikan bantuan kepada

orang lain menjadi bagian yang dipertimbangkan lebih lanjut pada diskusi keseimbangan konsumen dalam perspektif Islam.

Secara umum, dari uraian di atas bisa dijelaskan bahwa teori ekonomi Islam mengasumsikan konsumen muslim cenderung lebih memilih barang dan jasa yang memiliki kemaslahatan bagi dirinya sendiri dan bagi orang lain. Menurut As-Syatibi, masalah terdiri dari lima elemen yang mendasarinya, yaitu agama, jiwa, intelektual, keluarga dan keturunan serta material/harta. Secara umum, masalah dalam perilaku konsumen diuraikan sebagai bentuk kegiatan konsumsi yang memberikan manfaat dan berkah. Dalam perspektif Islam, pencapaian *masalahah* dari seorang konsumen muslim merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqashid al-syariah*) yang diatur oleh ajaran Islam.

Konsep rasionalitas dalam perspektif Islam akan memberikan motivasi kepada konsumen untuk mencapai tujuan *falah* sesuai dengan *maqashid al-syariah*. Seorang konsumen muslim yang menaati ajaran Islam akan mendapatkan kepuasan ketika melakukan konsumsi yang sesuai dengan syariat, misalnya melakukan kegiatan konsumsi dengan memilih barang yang halal dibandingkan barang yang memiliki unsur haram. Seorang konsumen muslim mendapatkan kepuasan karena menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam. Dalam melakukan konsumsi, konsumen muslim tidak hanya akan menjadikan pertimbangan syarat bahwa harga yang dibayarkan sesuai dengan kepuasan yang diharapkan dari barang tersebut, seperti yang disyaratkan pada umumnya dari konsep rasionalitas. Sudut pandang lain yaitu kehalalan produk dan kesesuaiannya dengan ajaran agama akan menjadi pertimbangan konsumen muslim yang kemudian dapat menurunkan kepuasan terhadap konsumsi produk tersebut. Pada akhirnya konsumen dapat memutuskan untuk tidak mengonsumsi produk tersebut.

Dalam proses penentuan keputusan konsumsi dari seorang muslim juga berdasar kepada asumsi bahwa kebutuhan/*needs* lebih diutamakan dibandingkan keinginan/*wants* dan kesejahteraan lebih dari kepuasan. Para filsuf muslim telah memberikan gambaran kenapa kebutuhan ini menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan seseorang dan menjadi sebuah motivasi untuk mencapai kesejahteraan baik untuk dirinya maupun untuk orang lain. Seperti misalnya ilmuwan sosial Islam, Ibnu Khaldun yang mengungkapkan bahwa kebutuhan merupakan motivasi bagi perilaku sosial ekonomi manusia untuk bergerak dari satu tahap pembangunan manusia ke tahap lainnya. Filsuf Islam, As-Syatibi (w 790 H) dan Al-Ghazali juga memberikan penjelasan terkait konsep dari kebutuhan. Kedua filsuf ini mengacu kepada konsep *masalahah* sebagai tujuan dari sistem Islam dalam kehidupan dan memberikan sudut pandang pada konsep kebutuhan untuk mencapai tujuan tersebut. *Maslahah* dalam Al-Quran (QS 6:76, 14:5, 17:28, 18:21, 27:55) dijelaskan sebagai manfaat atau *manafi* yang berarti kebaikan secara material, fisik, psikologis dan indrawi lainnya. Dalam istilah lainnya, dijelaskan sebagai hikmah, huda dan berkah yang diberikan Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat (QS 2:269, 24:41). Terdapat dua alasan mengapa konsep kebutuhan ini lebih realistis untuk mengembangkan teori perilaku konsumen Islam. *Pertama*, konsep kebutuhan merupakan konsep yang lebih objektif dibandingkan dengan konsep utilitas, karena konsep ini lebih realistis dan dapat didefinisikan. *Kedua*, konsep kebutuhan memungkinkan untuk meli-

hat perbandingan antar pribadi terkait kesejahteraan dari berbagai kategori konsumen, yang tidak mungkin dilakukan dalam pendekatan berbasis utilitas.

Perilaku konsumen dalam analisis konvensional berkaitan dengan efisiensi alokasi sumber daya, yang berarti bahwa sumber daya digunakan untuk pemanfaatan yang optimal dan tidak disia-siakan. Konsep kebutuhan dalam analisis konsumen berkontribusi terhadap konsep alokasi sumber daya yang efisien dan merupakan salah satu perhatian utama dalam ajaran ekonomi Islam. Oleh karena itu, penggunaan konsep kebutuhan dalam menganalisis perilaku konsumen akan sangat relevan dalam kerangka Islam.

3.2 Perspektif Islam atas Konsumsi: Aksioma Tambahan dalam Teori Ekonomi Islam (*Non-Haram Items dan Maslahah Oriented*)

Konsep rasional menurut para ahli ekonomi memiliki perbedaan dari setiap sudut pandang kerangka ekonomi. Seorang individu dapat menentukan keputusannya untuk melakukan aktivitas konsumsi secara rasional berdasarkan sudut pandangnya terhadap suatu barang, namun mungkin saja individu lain memiliki sudut pandang tidak rasional untuk barang tersebut. Dalam kerangka ekonomi sebelumnya, sebagian besar para ekonom menganggap bahwa rasionalitas berkaitan dengan kepentingan pribadi dan konsisten dengan pembuatan keputusan yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Kepentingan diri sendiri dalam konsep rasionalitas dapat dikatakan sebagai *egoistic rationality* yang mengasumsikan bahwa pelaku ekonomi mengetahui informasi yang dibutuhkan, seperti konsumen yang mengetahui semua alternatif pilihan dan komoditas barang yang tersedia untuk dirinya, berapa banyak kuantitas barang yang tersedia beserta informasi harganya dan berapa banyak yang bisa diperoleh sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Individu tersebut akan memilih kelompok barang secara optimal yang dapat meningkatkan kepuasannya. Dengan kata lain, seorang konsumen memiliki rasionalitas untuk memilih barang dan didorong dengan kepentingan dirinya dan perilaku memaksimalkan pilihan.

Sementara itu, dalam konsep rasionalitas Islam lebih menyediakan aturan-aturan yang sangat diperlukan untuk membawa seorang muslim pada perilaku rasional tersebut. Tidak seperti rasionalitas dalam kerangka teori ekonomi sebelumnya, dalam sudut pandang ekonomi Islam menganggap bahwa beberapa kebiasaan yang tidak dapat diterima seperti mementingkan kepentingan pribadi, diubah menjadi seseorang yang harus memiliki komitmen dengan ajaran Islam. Salah satu komitmen tersebut adalah kejujuran yang mengacu kepada istilah dalam Qur'an yaitu *Ibadur-Rahman*. *Ibadur-Rahman atau Maslahah-oriented Economic Man* dianggap sebagai suatu rasionalitas yang patuh kepada aturan syariah dan bertujuan untuk menciptakan keseimbangan sosial. Oleh karena itu, konsep rasionalitas dalam kerangka ekonomi terdahulu tidak dijumpai dalam konsep Islam karena tidak dianggap sebagai suatu perilaku yang rasional. Selain itu, *egoistic rationality* ini memiliki kemungkinan merugikan konsumen dan masyarakat karena tidak mempertimbangkan kepercayaan hari pembalasan sesuai dengan apa yang telah dilakukan selama di dunia. Maka dari itu, kategori konsumsi dalam Islam dari seorang muslim

akan menjauhi kerugian yang ditimbulkan, seperti makanan dan minuman haram yang jelas dilarang dalam ajaran Islam.

Pilihan konsumen dibuat untuk mengidentifikasi berbagai barang yang tersedia, dimana barang tersebut dapat memenuhi kebutuhannya pada tingkat tertentu. Secara naluriah, keinginan seseorang mungkin dapat memberikan pengaruh terhadap pilihan beberapa kelompok barang yang akan dikonsumsi dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya. Namun dalam perspektif Islam sebelum dihadapkan pada kendala tersebut, maka seorang muslim akan dihadapkan pada batasan untuk membatasi pilihannya hanya pada barang-barang yang berkontribusi pada kesejahteraan seperti barang halal. Ajaran Islam dan norma-norma yang mengatur konsumsinya akan menjadi sebuah *filter* untuk mengidentifikasi daftar kebutuhannya dan memilah mana yang baik dan mana yang buruk bagi dirinya dan sesama.

Sebelumnya, terdapat 4 aksioma yang menjadi prinsip dalam pengembangan ekonomi Islam (Ibrahim et al., 2021). Pertama adalah keesaan (Tauhid) yang menjadi fondasi dalam ekonomi Islam. Tauhid ini menjadi hal yang harus diyakini oleh seorang muslim tentang keesaan Allah SWT. Kedua adalah keseimbangan (equilibrium) yang mencerminkan timbal balik dalam hubungan manusia. Dalam aksioma ini seorang individu harus bersikap adil baik secara vertikal atau *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) maupun secara horisontal atau *hablum minannas* (hubungan sesama manusia). Kemudian aksioma ketiga adalah *free will* atau *Ikhtiyar*. Manusia sebagai makhluk yang Allah ciptakan dengan mulia, diberikan tugas sebagai *khalifatul fil ardi* (khalifah di muka bumi) yaitu menjaga, mengelola dan memanfaatkan segala sesuatu yang telah Allah berikan di muka bumi. Aksioma terakhir adalah kewajiban (*fardh*), dimana segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia akan dipertanggungjawabkan di hari akhir. Tanggung jawab yang diberikan kepada manusia tidak hanya kepada Allah SWT, tetapi juga kepada diri sendiri dan masyarakat. Selanjutnya akan dijelaskan dua aksioma tambahan khususnya dalam ekonomi mikro Islam yang menjadi dasar pemikirannya, yaitu *non-haram items* dan *maslahah oriented*.

Non-Haram Items

Dalam konsep rasionalitas Islam sebagai seorang *Ibadur-Rahman* atau *Maslahah-oriented Economic Man* akan mendorong seorang konsumen untuk mengonsumsi barang yang bermanfaat dan mengurangi pemborosan serta pengeluaran yang tidak diperlukan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 172:

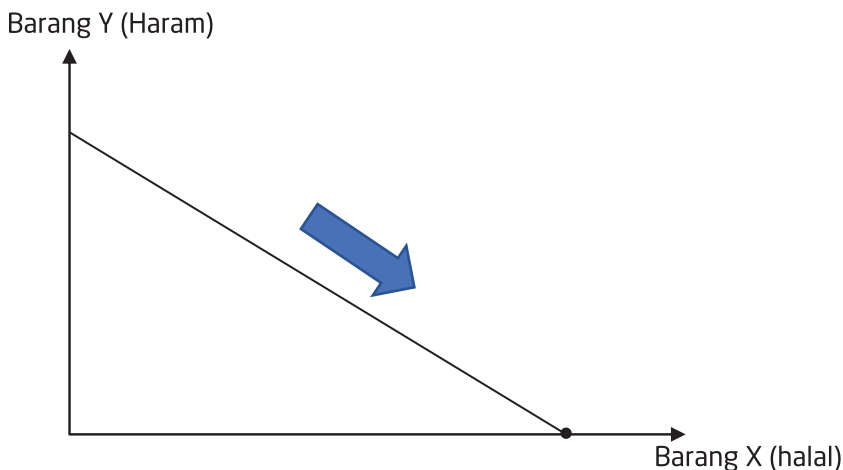
"Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya". (QS Al-Baqarah:172)

Dalam Al-Quran dijelaskan bahwa kata *Tayyeb* (terbaik dan berguna) digunakan untuk menunjukkan hal-hal baik dan suci yang berarti segala sesuatu akan memberikan kesenangan dan kepuasan bagi manusia. Seperti yang difirmankan oleh Allah di dalam Al-Quran:

"Wahai para rasul! Makanlah dari (makanan) yang baik-baik..." (QS Al-Mu'minun: 51)

Sebaliknya, dalam Al-Quran juga dijelaskan bahwa kata *Khabaa-is* (buruk dan berbahaya) digunakan untuk menunjukkan hal-hal buruk dan najis yang berarti segala sesuatu yang tidak memberikan kesenangan dan kepuasan bagi manusia. Dalam Al-Quran dijelaskan bahwa Allah telah menghalalkan bagi manusia yang baik-baik dan mengharamkan bagi manusia yang najis (Al-Quran: 7:157). Seperti contohnya beberapa makanan yang diharamkan adalah: daging mati, darah, daging babi, dan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat disembelih (Al-Qur'an 5:3). Dari Ibnu Umar ia berkata, Rasulullah Saw bersabda: *"Setiap yang memabukkan adalah khamar, dan setiap yang memabukkan adalah haram"*.

Norma-norma dan aturan dalam Islam telah sangat jelas membedakan mana barang yang dapat dikonsumsi dan mana yang tidak. Sehingga bagi seorang muslim dengan konsep rasionalitas *Ibadur-Rahman* atau *Maslahah-oriented Economic Man*, mereka akan mengonsumsi barang halal karena dianggap sangat rasional. Apabila terdapat dua barang yaitu barang X adalah barang halal dan Y adalah barang haram, maka konsumsi seorang muslim yang diarahkan dengan rasionalitas sebagai *Ibadur-Rahman* atau *Maslahah-oriented Economic Man* akan membentuk *corner solution* yaitu suatu kondisi di mana kepuasan maksimal terjadi dengan melakukan konsumsi hanya pada barang yang memiliki dzat halal dan sama sekali tidak mengonsumsi barang yang haram (barang haram di titik 0) atau dengan kata lain, menggunakan anggaran untuk mengonsumsi barang halal seluruhnya seperti pada Gambar 3.1 dibawah.



Gambar 3.1 Pilihan Barang Halal dan Haram Bagi Seorang Muslim

Gambar di atas menjelaskan bahwa seorang konsumen yang berorientasi kepada masalah akan memilih untuk mengonsumsi barang X dibandingkan dengan barang Y.

Pergeseran konsumsi berdasarkan garis anggaran ke arah kanan bawah menunjukkan semakin banyak barang halal yang dikonsumsi dan meninggalkan barang haram. Oleh karena itu, seorang muslim yang berorientasi kepada kemaslahatan dari barang yang dikonsumsi akan mendapatkan kepuasan lebih tinggi dibandingkan dengan seorang muslim yang tidak mempertimbangkan konsumsinya terhadap halal dan haramnya atau tingkat masalah dari suatu barang dan jasa.

Maslahah Oriented

Dalam ekonomi Islam, masalah merupakan konsep yang lebih objektif dibandingkan dengan konsep utilitas untuk menganalisis perilaku konsumen. Seperti yang telah dijelaskan, masalah dapat dicapai oleh seseorang dengan memenuhi lima elemen yang menjadi dasar dari konsep masalah dan merupakan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Masalah yang lebih tinggi akan lebih banyak dipilih oleh *Maslahah-oriented Economic Man* karena akan memberikan kebahagiaan yang lebih besar.

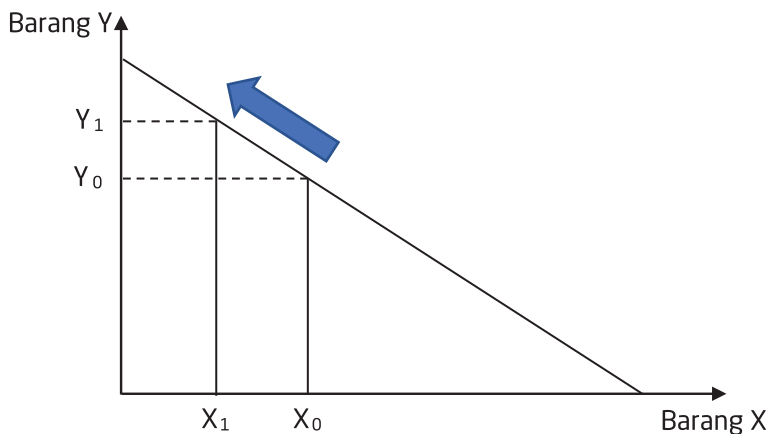
Maslahah Oriented ini mencoba mempelajari bagaimana perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan materinya di dunia sehingga memperoleh kesejahteraan yang akan membawa kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Beberapa keunggulan dari konsep masalah dapat dirangkum sebagai berikut:

1. *Maslahah* bersifat subjektif yang berarti bahwa seorang individu memiliki kebebasan dalam menentukan apakah suatu barang atau jasa memiliki masalah baginya. Namun, kriteria untuk menentukan masalah tidak dibiarkan begitu saja seperti halnya dalam kasus utilitas. Dalam kasus utilitas, pada umumnya kriteria dari suatu barang yang dapat memberikan kepuasan akan dinilai secara berbeda oleh setiap individu yang berbeda pula. Misalkan, apakah alkohol memiliki utilitas atau tidak, bergantung kepada individu yang menilainya. Namun, dalam konsep masalah, kriteria dari setiap jenis barang konsumsi adalah tetap untuk setiap individu dan keputusan seorang individu harus dibuat berdasarkan kriteria tersebut. Misalnya, seorang individu tidak akan memilih barang haram karena sama sekali tidak memiliki nilai masalah ketika ia mengonsumsinya, dan hal ini berlaku untuk setiap *Maslahah-oriented Economic Man*.
2. Konsep *masalah* dalam lingkup individu akan sejalan dengan *masalah* dalam lingkup lebih luas. Dorongan dari lima elemen dasar dalam konsep *masalah* sangat diperlukan tidak hanya untuk individu, tetapi juga untuk masyarakat secara keseluruhan. Maka dari itu, kepuasan dengan memenuhi kebutuhan berdasarkan orientasi masalah akan memberikan kebahagiaan kepada sesama manusia. Misalnya, menjauhi barang haram seperti alkohol dan lebih memilih barang halal akan memberikan manfaat bagi dirinya dan sesama manusia berupa kepuasan dan keberkahan.
3. Konsep *masalah* mencakup semua aktivitas ekonomi di masyarakat luas. Oleh karena itu, konsep masalah menjadi dasar tujuan dari konsumsi, produksi dan per-

dagangan. Tidak seperti konsep utilitas yang merupakan tujuan dari konsumsi, sementara profit tujuan dari produksi. Selain itu, masalah tidak memandang apakah pelaku ekonomi adalah seorang individu atau bahkan suatu negara sekalipun.

4. Sangat mungkin membandingkan tingkat *kemaslahatan* dari dua aktivitas yang sama yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda, dimana hal tersebut tidak dapat dijelaskan dalam konsep *utility*.

Perilaku konsumen Islam yang rasional tidak hanya bertujuan untuk memperoleh masalah saja, namun juga menentukan pilihan yang memberikan tingkat *masalah* yang lebih tinggi terhadap barang dan jasa. Misalnya, apabila barang X dan Y sama-sama memberikan manfaat, namun barang Y memiliki masalah yang lebih tinggi dibandingkan dengan barang X, maka konsumsi seorang individu akan cenderung lebih banyak memilih barang Y sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.2. Selain itu, dalam konsep ekonomi Islam.



Gambar 3.2 Pilihan Konsumsi Konsumen Berdasarkan Tingkat *Maslahah*

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa kondisi awal konsumsi kedua barang adalah X_0 dan Y_0 , ketika barang Y diasumsikan memiliki tingkat kemaslahatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan barang X maka terjadi perubahan konsumsi yaitu dengan meningkatkan konsumsi barang Y dari Y_0 - Y_1 dan mengurangi konsumsi X dari X_0 - X_1 . Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi seorang muslim akan berorientasi kepada tingkat kemaslahatan yang lebih tinggi.

3.3 Preferensi dan Prioritas Konsumsi Islam

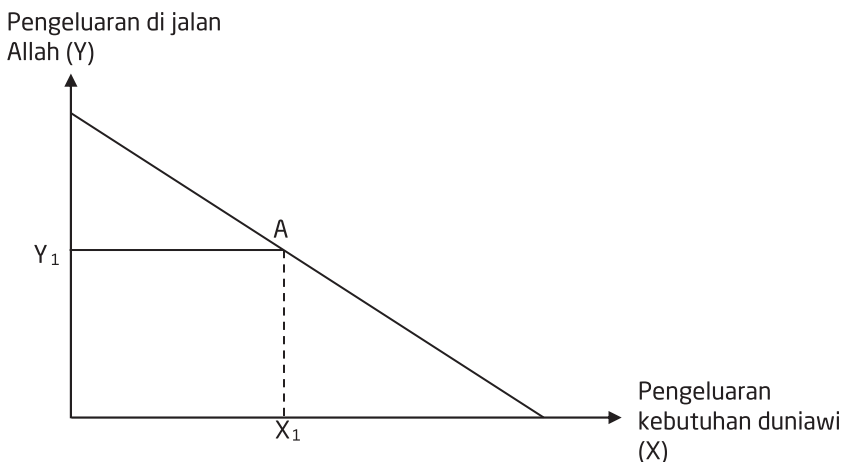
Diasumsikan bahwa seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki kesadaran terhadap aturan-aturan Islam dan memahami bahwa perilakunya diatur oleh norma-norma Islam. Dalam menentukan pilihan konsumsi seorang *Maslahah-oriented Economic Man*, terdapat satu pilihan atau preferensi yang tidak dijelaskan dalam teori perilaku

konsumen konvensional sebagai pertimbangan dalam menentukan konsumsinya. Pilihan tersebut yaitu antara lain berapa banyak pendapatan yang harus dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan berapa banyak pendapatan yang harus dikeluarkan di jalan Allah SWT berupa *infaq fi sabilillah* (Tahir S, 1992).

Konsumen dalam literatur ekonomi Islam pada dasarnya dihadapkan pada dua jenis pengeluaran yaitu untuk kebutuhan duniawi dan akhirat. Misalkan pengeluaran tersebut dinotasikan sebagai keranjang X yang digunakan untuk pengeluaran kebutuhan duniawi dan keranjang Y untuk pengeluaran kebutuhan di jalan Allah SWT. Kemudian pertanyaan yang muncul adalah bagaimana seseorang memutuskan untuk mengalokasikan pendapatannya terhadap X dan juga terhadap Y. Preferensi dari seorang muslim yang baik terhadap kedua pilihan tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.3.

Preferensi seorang muslim terhadap konsumsi barang yang memenuhi kebutuhan duniawi dan pengeluaran di jalan Allah memiliki konsistensi antara keduanya untuk tidak terlalu condong terhadap duniawi dan juga terlalu condong terhadap urusan ukhrawi sehingga melupakan syariat duniawi. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 77 yang berbunyi sebagai berikut:

"Katakanlah: "Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulu (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus." (QS Al-Maidah: 77).



Gambar 3.3 Preferensi Konsumsi Seorang Muslim

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa individu memiliki sejumlah Y_1 untuk bagian Y dan sejumlah X_1 untuk bagian X. Pahala dari setiap pertambahan Y lebih besar dibandingkan dengan kepuasan duniawi yang diperoleh dari satu unit X_1 , maka semua titik

diatas A lebih disukai. Namun, meskipun konsumsi di atas titik A lebih disukai dan akan memperoleh pahala lebih tinggi, seorang individu tidak bisa mengeluarkan semua pendapatannya untuk Y saja karena terdapat jumlah minimum dari X yang sangat penting untuk kelangsungan hidup. Islam memberikan aturan kepada manusia agar tidak terlalu menghemat dan tidak terlalu berlebih-lebihan dalam memberi, sebagaimana dalam Al-Quran dijelaskan pada surat Al-Isra: 29

“Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal”. (QS Al-Isra: 29)

Norma dan aturan dalam Islam memerintahkan agar manusia dapat berlaku adil, dalam hal ini adalah seimbang antara pengeluaran duniawi dan pengeluaran di jalan Allah (*infaq fi sabilillah*). Aturan tersebut menjadi landasan fundamental dalam Islam untuk menjaga individu agar selalu berada pada posisi seimbang, yang mana lebih dikenal sebagai *iqtidad*. Setelah menentukan bagaimana alokasi sumber daya pada kebutuhan duniawi dan ukhrawi, kemudian terdapat pilihan lainnya yang harus dipertimbangkan terkait bagaimana konsumen menentukan alokasi sumber daya untuk konsumsi saat ini dan untuk menyimpan sebagian untuk konsumsi di masa yang akan datang. Untuk memahami bagaimana perilaku konsumen dalam menentukan pilihan tersebut, maka kerangka ekonomi Islam memberikan dua aspek penting terhadap pilihan menabung dan konsumsi saat ini, antara lain:

1. Sangat dianjurkan untuk menabung dengan tujuan konsumsi di masa yang akan datang. Seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad SAW mengenai harta yang ditinggalkan setelah meninggal mengindikasikan bahwa menabung merupakan sesuatu yang diperbolehkan. Untuk menentukan preferensi berapa banyak pendapatan yang harus digunakan untuk konsumsi saat ini dan menabung untuk konsumsi masa depan, maka prinsip *iqtidad* dapat memberikan pilihan yang paling optimal. Seperti yang dijelaskan Allah SWT dalam Al-Quran:

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir di antara keduanya secara wajar” (QS Al-Furqan: 67).

2. Tingkat imbalan pada sistem nisbah dalam tabungan menjadi salah satu motivasi yang efektif dalam ekonomi Islam untuk menabung dibandingkan dengan tingkat bunga. Kemudian alasan utamanya adalah seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dapat menggunakan tabungan tersebut untuk membayar zakat. Salah satu konsep yang dapat memberikan keuntungan dalam proses tabungan ini adalah melalui akad imbal hasil dari tabungan (*mudharabah*). Dimana dana dari individu yang ditabungkan akan dimanfaatkan oleh institusi keuangan syariah, dan kemudian individu tersebut akan diberikan imbalan berdasarkan kesepakatan sesuai syariat Islam. Selain itu, tidak hanya zakat yang dapat dipenuhi oleh tabungan, tetapi orang yang memiliki tabungan juga dapat membantu orang miskin memperoleh kebutu-

hannya. Oleh karena itu, tingkat imbalan dari tabungan memainkan peran penting dalam memberikan motivasi kepada individu untuk menabung.

Prinsip dasar teori perilaku konsumen dalam Islam untuk mengatur preferensi dan prioritas seorang individu sangat sederhana. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, As-Syatibi memberikan tiga tingkatan kebutuhan yang harus dipenuhi berdasarkan prioritasnya untuk mencapai kemaslahatan. *Pertama*, sumber daya harus dialokasikan pada sesuatu atau kebutuhan yang paling penting atau memiliki tingkat prioritas paling tinggi yang biasa dikenal sebagai kebutuhan primer (*daruriyyat*). Terdapat lima aspek esensial dalam *daruriyyat* yang harus ada pada diri manusia, antara lain keselamatan agama, nyawa, akal, eksistensi manusia dan keselamatan harta kekayaan yang dimiliki. Pada tingkatan *kedua* terdapat *hajjiyyat* atau kebutuhan sekunder, yang dapat dipenuhi sebagai pelengkap setelah individu selesai memenuhi kebutuhan *Dharuriyyat*. Keberadaan *hajjiyyat* dibutuhkan untuk memberikan kemudahan dalam kehidupan mukallaf. Apabila individu tidak memenuhi kebutuhan ini maka tidak akan sampai mengancam keselamatannya. *Ketiga*, *tahsiniyyat*, merupakan kebutuhan yang berperan sebagai perbaikan dari tingkatan kebutuhan sebelumnya yang telah terpenuhi.

Preferensi Berdasarkan Tipologi Manusia Menurut Islam

Secara umum dalam ekonomi Islam tipologi manusia dibagi menjadi empat bagian yang berorientasi kepada urusan duniawi dan akhirat, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam bagian ini akan dibahas bagaimana seorang individu memutuskan konsumsinya dalam urusan duniawi dan akhirat berdasarkan pengertian dari keempat tipologi manusia menurut Islam. Secara teknis penggambaran tipologi manusia ini dikaitkan dengan perilaku belanja individu dari pendapatan (income) yang dimilikinya. Dari pendapatan yang dimilikinya secara sederhana seseorang akan memiliki pilihan konsumsi, yaitu konsumsi barang dan jasa (yang merepresentasikan orientasi duniawi) dan konsumsi amal saleh (yang merepresentasikan orientasi akhirat). Barang dan jasa ini diasumsikan barang dan jasa yang halal tentu saja. Pada topik ini tidak dibedakan barang dan jasa mana yang lebih memiliki kemaslahatan. Kemaslahatan atau pemanfaatan lebih diasumsikan melekat pada besar kecilnya konsumsi amal saleh, berupa zakat, infak, sedekah atau wakaf. Menggunakan pendekatan konsumsi orientasi duniawi dan konsumsi orientasi akhirat ini, entitas yang dikonsumsi cenderung berbeda, dimana **konsumsi orientasi duniawi berupa barang atau jasa dan konsumsi orientasi akhirat berupa uang yang diberikan baik dalam bentuk zakat, infak, sedekah atau wakaf.**

Hal yang menjadi perhatian utama dalam menjelaskan preferensi atau keputusan eksekusi konsumsi menurut Islam adalah tidak digunakannya *indifference curve* seperti pada ekonomi konvensional. *Indifference curve* merupakan kurva yang menjelaskan kombinasi antara dua barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama sepanjang kurva tersebut. *Indifference curve* memiliki kemiringan negatif (*negative slope*). Hal ini berarti apabila konsumsi suatu barang ditambah, maka konsumsi barang lainnya harus dikurangi. Apabila seseorang sudah memiliki lebih banyak barang yang satu dari barang yang lainnya, maka seorang individu akan bersedia mengorbankan/mengurangi barang

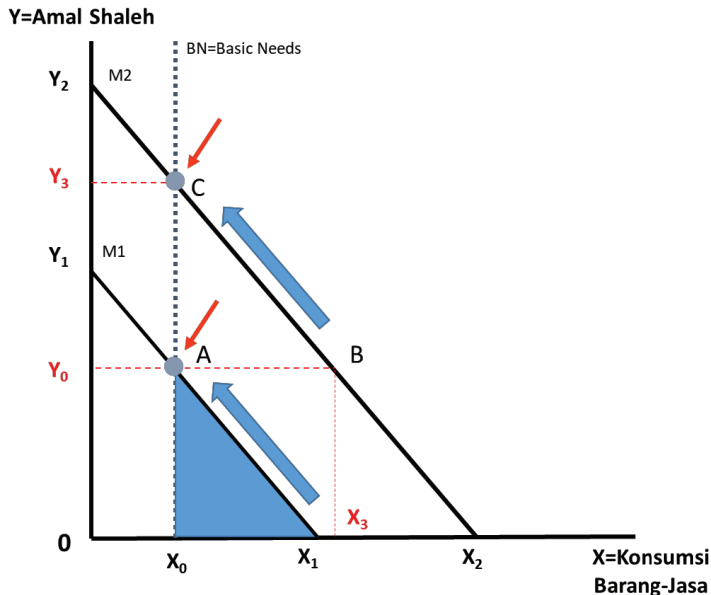
tersebut lebih banyak untuk mendapatkan lebih sedikit barang lain. Hal ini yang direpresentasikan dengan bentuk *indifference curve* yang cembung. Alasan *indifference curve* tidak digunakan untuk penggambaran preferensi atau keputusan eksekusi konsumsi dalam Islam disebabkan karena tidak dapat menjelaskan tingkat kepuasan dari pilihan konsumsi barang yang berorientasi pada akhirat dengan barang yang berorientasi pada duniawi (Siddiqi, M.N., 1996). Selain itu, tidak menggunakan *indifference curve* karena konsumsi barang dan jasa (duniawi) dengan konsumsi amal saleh (ukhrawi) bentuknya berbeda, dimana konsumsi barang dan jasa berupa barang atau jasa yang memiliki nilai komersial, sementara konsumsi amal saleh dimungkinkan dalam bentuk nominal uang. Dengan begitu, kedua pilihan konsumsi ini cenderung tidak memiliki utilitas yang sama.

A. Preferensi *Maslahah-oriented Economic Man*

Seperti yang telah dijelaskan bahwa individu yang termasuk ke dalam tipe pertama ini adalah mereka yang memiliki konsistensi dalam perilaku dan tindakannya yang sesuai dengan kaidah syariat. Dalam menghadapi pilihannya antara kehidupan dunia dan akhirat, seorang *Ibadur rahman* atau *Maslahah-oriented Economic Man* mampu menempatkan dan menciptakan keseimbangan antara keduanya. Faktor yang mempengaruhi keputusannya dalam mengonsumsi barang dan jasa adalah pertimbangan kehidupan akhirat yang harus dikejar, memperbaiki kehidupan dunia yang menjadi bekal utama menuju kehidupan akhirat dan menjaga kelestarian lingkungan (amal saleh) sebagai bentuk perhatian kepada sesama saudara Muslim di masa yang akan datang. Parameter kepuasan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* merupakan parameter dari manusia terbaik karena mengerjakan amal saleh. Sementara dalam konsumsi barang dan jasa merupakan kegiatan yang tidak hanya ditujukan untuk mencukupi kebutuhan duniawi saja, namun juga membekali diri untuk kehidupan di akhirat. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 97.

“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (QS an-Nahl [16]: 97).

Sebagai ilustrasi, Gambar 3.4 menjelaskan bagaimana seorang *Maslahah-oriented Economic Man* melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Pada kurva tersebut garis vertikal mencerminkan aktivitas konsumsi yang berorientasi kepada akhirat seperti zakat, infaq dan shadaqoh serta wakaf (ZISWAF) dengan notasi Y, sementara garis horizontal merupakan jumlah barang dan jasa bersifat duniawi yang dinotasikan sebagai X dan BN (*Basic Need/Had Kifayah*) merupakan fungsi kebutuhan dasar yang terdiri dari sandang, pangan, papan, pendidikan, pelayanan kesehatan, komunikasi, transport dan sarana publik. Istilah *had kifayah* disini mencerminkan kebutuhan manusia yang memiliki ukuran dalam batas kecukupan bagi seseorang untuk tidak meminta bantuan kepada orang lain. Menurut As-Syatibi menyatakan bahwa *had kifayah* merupakan ukuran dari kebutuhan seorang individu yang termasuk fundamental yang tidak hanya dikategorikan sebagai kebutuhan primer/*dharuriyat* tetapi juga kebutuhan sekunder/*hajiyyat* (As-Syatibi).



Gambar 3.4 Perilaku Konsumsi *Maslahah-oriented Economic Man*

Sebagai seorang *Maslahah Oriented Economic Man*, pengeluaran konsumsi yang berorientasi pada akhirat berada pada titik Y_0 , menunjukkan titik maksimalisasi konsumsi amal shaleh/maslahah dimana konsumsi barang dan jasa dicukupkan pada tingkat kebutuhan pokok (X_0) sesuai dengan nilai-nilai moral dan syariat Islam. Konsumsi sesuai dengan nilai-nilai moral dan syariat Islam adalah konsumsi yang memaksimalkan pemanfaatan bagi orang lain yang membutuhkan, mencukupkan apa yang dibutuhkan dan konsumsi hanya barang halal, barang yang memberikan tingkat maslahah lebih besar dan barang yang jauh dari kemudharatan. Sehingga apabila seorang individu memiliki pendapatan sebesar M_1 maka eksekusi konsumsi tipologi manusia *maslahah oriented economic man* akan ada pada titik A (X_0, Y_0). Apabila pendapatannya meningkat menjadi M_2 , maka perilaku konsumsinya cenderung sama, yaitu konsumsi barang dan jasa pada tingkat kebutuhan dasar (*basic needs*) sebesar X_0 dan konsumsi amal shalehnya sebesar Y_3 . Saat pendapatan meningkat menjadi M_2 pada tingkat konsumsi amal shaleh sebesar Y_0 , individu tipologi ini memiliki kemampuan belanja barang dan jasa lebih besar X_3 , namun konsistensi dengan nilai-nilai moral Islam, membuat eksekusi konsumsinya dilakukan pada titik C (X_0, Y_3) yaitu pada tingkat konsumsi amal shaleh yang maksimal yaitu Y_3 . Dapat dikatakan bahwa semakin paham dan patuh seseorang pada nilai-nilai moral Islam, maka keputusan konsumsinya akan bergerak mendekati titik A atau C.

Selain keputusan konsumsi, yang menonjol dari perilaku manusia tipe ini adalah perilaku yang memaksimalkan ikhtiyar dalam mencari nafkah, yang terlihat dari peningkatan pendapatan. Dalam gambar di atas, maksimalisasi ikhtiyar mencari nafkah direpresentasikan oleh peningkatan *budget line* dari M1 ke M2 dan seterusnya. Karena ma-

nusia tipe ini menyadari betul bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan yang dimiliki, maka akan semakin besar pemanfaatan yang dapat mereka berikan untuk manusia lain yang membutuhkan. Artinya aktivitas dunia berupa mencari nafkah mempengaruhi posisinya nanti di akhirat. Inilah makna “keseimbangan” yang juga dimaknai dalam perilaku ekonomi Islam, khususnya perilaku konsumen. Hal inilah yang nanti akan menunjukkan perbedaan antara perilaku konsumsi tipe manusia *masalahah-oriented* dengan *ascetic man*.

Keimanan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan menciptakan perilaku konsumen yang memperhatikan kebutuhan duniawinya untuk kesuksesan hidup di akhirat. Rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan berperan dalam menentukan konsumsi barang, dimana lebih mendahulukan kebutuhan dasar dibandingkan konsumsi barang yang tidak memiliki kriteria sebagai prioritas utama dalam kehidupannya. Daerah yang diarsir biru pada kurva 3.4. menunjukkan kemampuan seseorang untuk mengalokasikan pendapatannya setelah kebutuhan dasarnya terpenuhi. Namun, seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan memiliki pola konsumsi yang optimal ketika sudah memenuhi kebutuhannya maka kemudian akan berorientasi untuk mengalokasikan belanjanya pada pengeluaran yang bersifat *ukhrawi*. Hal ini menyebabkan bahwa pengeluaran terhadap kebutuhan dasar yang berada di bawah garis BN diasumsikan justru akan memberikan kemudharatan karena pemenuhan kebutuhan yang tidak mencukupi.

Pada prinsipnya secara umum dari uraian tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya digunakan untuk mementingkan kepentingan duniawi saja tetapi juga memperhatikan kepentingan *ukhrawi* sebagai landasan utama seorang muslim. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki tingkat kesadaran yang tinggi (*high level of awareness*) untuk mengalokasikan pengeluarannya terhadap zakat, infaq, sedekah dan waqaf (ZISWAF). Selain itu, *Maslahah-oriented Economic Man* juga cenderung memperhatikan konsumsi pribadinya (*normal consumption*) yang mana diorientasikan untuk memperoleh kemaslahatan dalam setiap aktivitas yang dilakukan.

B. Preferensi *Conventional Economic Man*

Terdapat tiga sifat utama pada individu yang memiliki karakteristik sebagai *conventional economic man* antara lain, sifat sepenuhnya mementingkan kepentingan pribadi, rasionalitas dunia dan informasi yang sempurna. *conventional economic man* cenderung memaksimalkan kebutuhan dan urusan duniawi yang memberikan kepuasan maksimal tanpa mempertimbangkan kebaikan dan kehalalan dari barang yang dikonsumsi. Hal ini dapat terjadi karena diasumsikan manusia tipologi ini tidak memiliki pemahaman atau pengetahuan terkait nilai-nilai moral dan syariat Islam, seperti tidak memiliki pemahaman keberadaan akhirat dan konsekuensi aktivitasnya di dunia. Seperti yang telah dijelaskan dalam sebuah hadits *Al-Arbain An-Nawawiyah* sebagai berikut.

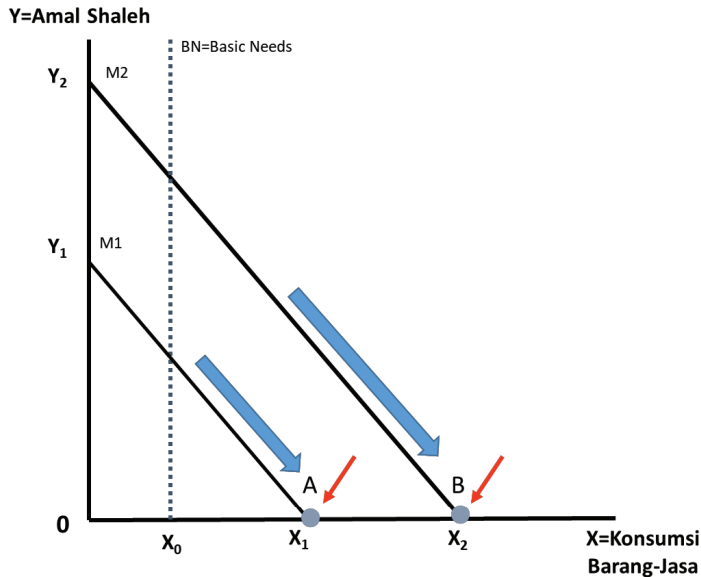
“Sesungguhnya setiap amalan bergantung pada niatnya. Setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Siapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya,

maka hijrahnya untuk Allah dan Rasul-Nya. Siapa yang hijrahnya karena mencari dunia atau karena wanita yang dinikahinya, maka hijrahnya kepada yang ia tuju.” (HR. Bukhari, no. 1 dan Muslim, no. 1907)

Hadits tersebut menjelaskan bahwa seorang individu yang hanya memiliki orientasi duniawi dalam kehidupannya dan hanya bertujuan untuk memenuhi kepuasannya dengan urusan tersebut maka individu tersebut akan mendapatkannya dan tidak mendapatkan kenikmatan kehidupan akhirat. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam Al-Quran surat Hud ayat 15-16, bahwa seseorang yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya maka Allah akan berikan dan tanpa dirugikan, namun mereka termasuk orang-orang yang tidak mendapatkan balasan di akhirat. Individu ini cenderung berorientasi terhadap urusan duniawi, seperti hidup bermewah-mewahan, sulit membagikan harta dan cenderung melakukan pemborosan, karena manusia tipologi ini menilai kepuasan tertinggi adalah jumlah yang paling banyak dari barang dan jasa.

Ketika seorang *Conventional Economic Man* melakukan kegiatan konsumsi maka yang dilakukan adalah memaksimalkan kepuasan dengan barang-barang yang berurusan duniawi serta tidak mempertimbangkan kebaikan dan kehalalan barang tersebut. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.5, di mana barang X merupakan barang dan jasa duniawi dan Y merupakan aktivitas konsumsi yang berorientasi kepada akhirat. Dengan tingkat pendapatan sebesar M1, manusia tipe ini akan memiliki pola konsumsi yang cenderung mendekati titik A ($X_1, 0$), dimana hal ini menunjukkan bahwa konsumsi hanya untuk urusan duniawi dan juga tidak mempertimbangkan kebaikan dan kehalalan dari barang yang dikonsumsi. Jika pendapatannya meningkat menjadi M2, maka konsumsinya cenderung sama yaitu memaksimalkan konsumsi barang dan jasa pada titik B ($X_2, 0$).

Karena berorientasi kepada kepentingan pribadi, maka semua kebutuhan yang harus dipenuhi tidak melibatkan dengan urusan akhirat, yang mana lebih membawa perilaku konsumen ke arah yang lebih bebas dengan tujuan kepuasan maksimal selama hidup di dunia. Semua yang diperoleh dari hasil konsumsinya merupakan bersifat sementara, dimana barang X ini tidak akan memberikan kemaslahatan yang tinggi karena cenderung tidak mempertimbangkan kebaikan dan kehalalan dari barang tersebut. Pada manusia yang dikategorikan sebagai *Conventional Economic Man*, mereka memiliki tingkat kesadaran yang rendah (*low level of awareness*) terhadap alokasi pengeluaran untuk donasi bagi manusia lain yang membutuhkan seperti zakat, infaq, sedekah dan wakaf (ZISWAF). Konsumsi manusia tipologi ini hanya cenderung untuk memperhatikan konsumsi pribadinya yang dapat memberikan kepuasan maksimal. Berbeda dengan tipe manusia *maslahah-oriented*, upaya peningkatan pendapatan dilakukan tipe manusia ini adalah untuk memaksimalkan kepuasannya dalam menikmati barang dan jasa, bukan memaksimalkan amal shaleh. Dengan begitu, terlihat tipe manusia *maslahah-oriented* cenderung bias ke optimalisasi belanja amal shaleh (bergerak ke atas), sementara tipe manusia *conventional economic man* cenderung bias ke optimalisasi konsumsi barang dan jasa (bergerak ke bawah).



Gambar 3.5 Perilaku Konsumsi *Conventional Economic Man*

C. Preferensi *Ascetic Economic Man*

Tipe manusia *Ascetic economic man* (*ascetic man*) merupakan kebalikan dari *conventional economic man* namun berbeda dengan tipologi *masalah oriented economic man*, dimana manusia tipe ini hanya mementingkan urusan akhirat melalui maksimalisasi kegiatan-kegiatan ibadah pribadinya dan melupakan urusan duniawi. Diasumsikan semakin besar pendapatan (*income*) yang ingin diperoleh akan membutuhkan semakin banyak waktu untuk bekerja. Oleh sebab itu, kerja yang dilakukan cukup untuk mendapatkan pendapatan bagi pemenuhan kebutuhan dasarnya saja. Orientasi kehidupan seorang *ascetic man* sepenuhnya adalah untuk akhirat, semua urusan dunia akan ditinggalkan karena ada kekhawatiran akan melalaikan dirinya dari beribadah kepada Allah SWT. Perilaku seorang *ascetic man* ini telah dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Ghafir ayat 39 yang berbunyi sebagai berikut.

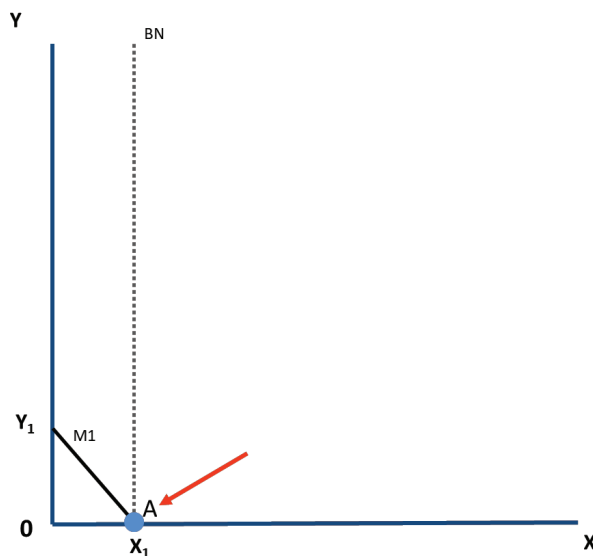
"Wahai kaumku! Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal." (QS Al-Ghafir: 39)

Serta dari hadits Nabi Muhammad SAW yang telah bersabda sebagai berikut.

"Dua ekor serigala yang lapar kemudian dilepas, menuju seekor kambing, (maka kerusakan yang terjadi pada kambing itu) tidak lebih besar dibandingkan dengan kerusakan pada agama seseorang yang ditimbulkan akibat ambisi terhadap harta dan kehormatan" HR. Ahmad, Nasa', Tirmidzi dan Ibnu Hibban dalam Shahihnya.

Dari kedua sumber Al-Quran dan hadits tersebut menjadi landasan utama kenapa **seorang *ascetic man* rela mengorbankan semua potensi di dunia hanya untuk beribadah kepada Allah SWT**. Dengan begitu, *ascetic man* diasumsikan sebagai manusia yang perilakunya pada optimalisasi kegiatan ibadah, seperti shalat, tilawah, berdzikir, mengkaji ilmu dan kegiatan sejenis. Dunia yang dipandang sebagai kesenangan semata dianggap menjadi sebuah dasar tujuan seorang *ascetic man* untuk memenuhi kebutuhan akhiratnya saja. Untuk itu, kegiatan mencari nafkah atau pendapatan cenderung hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan pokok saja. Artinya waktu yang dimiliki setelah digunakan untuk bekerja mencari nafkah untuk pemenuhan kebutuhan pokok, akan dioptimalkan dengan kegiatan ibadah. *Ascetic man* bekerja hanya untuk memenuhi kebutuhan dasarnya saja - dalam hal ini bukan berarti bermalas-malasan.

Dalam sebuah kurva pada Gambar 3.6 dijelaskan bagaimana manusia tipe ini berinteraksi dengan barang X yang merupakan urusan duniawi yang berkaitan dengan kebutuhan dasarnya (*basic needs/had kifayah*) dan Y yang merupakan amal sholeh dalam aktivitas konsumsi yang berkaitan dengan urusan akhirat. Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa tipe ini hanya mementingkan urusan akhirat melalui maksimalisasi kegiatan-kegiatan ibadah pribadinya, maka konsumsi manusia tipe ini fokus pada pemenuhan kebutuhan pokok saja. Waktu yang dimilikinya digunakan untuk kerja pemenuhan kebutuhan pokok, dan waktu yang tersisa dioptimalkan untuk beribadah kepada Allah SWT. Sehingga, menggunakan gambar 3.6 konsumsinya manusia tipe ini nampak dieksekusi pada titik A ($X_0, 0$) dengan pendapatan sebesar M_1 . Dengan karakter atau profil yang sudah dijelaskan di atas, manusia tipe ini diasumsikan mencukupkan dirinya dengan M_1 , dan tidak berupaya meningkatkan pendapatannya, karena khawatir aktivitas mencari nafkah akan mengorbankan aktivitas ibadahnya. Hal ini (sekali lagi) yang membedakan antara *masalah-oriented economic man* dan *ascetic man*.



Gambar 3.6 Perilaku Konsumsi *Ascetic Man*

Dalam ajaran Islam tipe manusia ini tidak dianjurkan untuk dilakukan, karena termasuk perilaku konsumen yang tidak ideal dalam Islam. Seperti pada kisah yang dijelaskan pada Box.1 bahwa seorang muslim yang baik adalah mereka yang menggunakan waktunya untuk bekerja, membantu sesama dengan memaksimalkan potensi diri dan berserah diri kepada Allah SWT. Selain itu dalam surat Al-Insyirah ayat ke 7 dan 8 yang artinya:

"Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap." (QS Al-Insyirah: 7-8)

Selain itu dijelaskan juga dalam surat Al-Jumu'ah ayat ke 10 sebagai berikut:

"Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung." (QS Al-Jumu'ah: 10)

Nabi SAW bersabda:

"Orang yang dicintai Allah adalah orang yang bermanfaat bagi orang lain. Dan amalan yang paling dicintai Allah adalah membahagiakan muslim yang lain atau meringankan bencana yang menimpanya atau melunasi utangnya atau memberinya makan. Sungguh saya lebih suka berjalan dengan seorang muslim dalam satu kebutuhannya, daripada ber'tikaf selama sebulan. Barangsiapa yang dapat menahan amarahnya Allah akan menutup aibnya. Dan barangsiapa yang menahan amarahnya jika ia mau ia melakukannya, niscaya Allah akan penuhi hatinya dengan keridhaan pada hari kiamat. Barangsiapa yang berjalan bersama saudaranya muslim dalam satu kebutuhan hingga membuatnya kuat dan kokoh, Allah akan memantapkan kakinya pada hari di mana kaki dapat berpijak dengan kokoh. Dan akhlak jelek dapat merusak amalan seperti cuka merusak madu," (HR. At-Thabrani).

Yang menjadi landasan utama pada manusia tipe *ascetic man* ini seperti yang dijelaskan di atas adalah kekeliruan dalam memahami bahwa kehidupan dunia yang sementara. Dalam surat Al-Qasas ayat ke 77 dijelaskan bahwa kehidupan duniawi juga memiliki peran penting dalam mencapai kehidupan akhirat yang sukses.

"Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi." (QS Al-Qasas: 77)

Dapat disimpulkan bahwa seorang *ascetic man* tidak memaksimalkan potensinya (*underutilized*) untuk bekerja dan mendapatkan pendapatan agar kebutuhannya terpenuhi. Namun bagi mereka cukup saja bekerja untuk memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang relatif pendek misalnya untuk beberapa hari ke depan dan kemudian kempa-

li melakukan aktivitas yang berkaitan dengan ukhrawi. Hal ini menyebabkan kumpulan barang dan jasa untuk kebutuhan dasarnya cukup rendah.

Box 1. Kisah Khalifah Umar bin Khattab menegur pemuda yang malas bekerja.

Suatu ketika Khalifah Umar bin Khattab sedang berjalan melihat keadaan rakyatnya. Kemudian ketika melewati sebuah masjid, terlihat ada sekelompok pemuda yang sedang beribadah dengan khusyuk. Kemudian, Khalifah masuk ke masjid tersebut dan bertanya kepada mereka "Siapakah kalian?", tanya Khalifah Umar. Salah satu diantara mereka menjawab "Kami adalah sekelompok anak muda yang berserah diri (bertawakal) kepada Allah, di mana sepanjang hari kami habiskan waktu untuk berdzikir, berdoa dan melakukan sholat sunat." Kemudian mendengar jawaban tersebut, Khalifah Umar berkata dengan lantang "Hai anak muda keluarlah dari masjid dan bekerjalah! Jangan kalian menjadi pembohong. Harus kalian tahu bahwa Allah tidak menghujankan emas dari langit". Perkataan Khalifah Umar tersebut membuat para pemuda itu terkejut, karena mereka sebelumnya berharap pujian dari sang Amirul Mukminin. "Wahai, Amirul Mukminin. Bukankah Allah akan memberikan kecukupan kepada orang yang berserah diri dan Dia pulalah yang berjanji untuk memberikan jaminan rizki kepada mahluk-Nya." ucap salah satu pemuda. Namun jawaban Khalifah Umar justru membuat para pemuda itu sangat terkejut. " Kalian bukan tipe orang yang berserah diri kepada Allah. Orang yang berserah diri kepada Allah adalah orang yang rajin bekerja untuk menggali potensi alam dengan dan tanpa meninggalkan doa kepada-Nya." jawab Khalifah Umar.

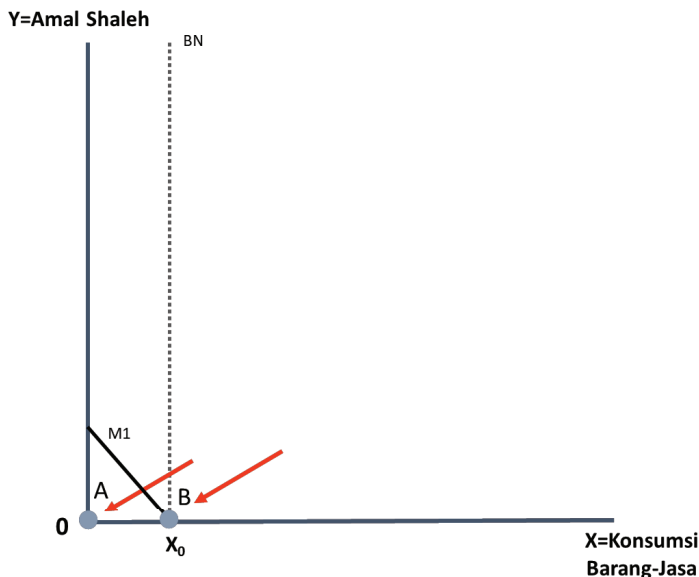
Khalifah Umar melanjutkan ucapannya, "Hai umat manusia carilah rezeki di muka bumi, jangan kalian menjadi beban orang lain. Bekerjalah secara baik dan benar karena bekerja dengan seperti itu banyak dibutuhkan. Bila di antara kalian yang pandai berdagang, maka jadilah pedagang yang handal. Janganlah ada di antara kalian orang yang duduk bermalasan sambil berdoa, 'Ya Allah, berikanlah aku rezeki yang halal, yang banyak yang membawa berkah.' Ingatlah, Allah tidak akan menurunkan hujan emas dari langit. Allah memberikan rezeki kepada umat manusia dengan disertai usaha, tidak datang begitu saja. Sesuai dengan usahanyalah seseorang akan memperoleh rezeki." Kemudian Khalifah Umar menyampaikan perkataan Nabi Muhammad Saw, "Pendapatan yang terbaik dari seseorang adalah hasil jerih payah tangannya" (HR. Ibnu Majah no.2138, dishahihkan Al Albani dalam Shahih At Targhib no. 1685).

Kisah tersebut memberikan gambaran bahwa sebagai seorang *Maslahah-oriented Economic Man* harus mengoptimalkan potensi diri dalam hal menggunakan semua yang telah diberikan oleh Allah untuk tidak bermalas-malasan atau tidak bijak dalam menempatkan suatu amalan. Tidak selamanya yang dilakukan di kehidupan dunia memiliki unsur negatif, justru Allah SWT menciptakan manusia dengan akal untuk dapat mengoptimalkan apa yang ada di dunia ini sesuai dengan ajaran Islam.

D. Preferensi *Apathetic Economic Man*

Tipe manusia yang terakhir ini merupakan kelompok manusia yang tidak berorientasi kepada kehidupan dunia dan akhirat. Dalam aktivitas konsumsinya, manusia tipe ini cenderung tidak produktif untuk memenuhi kebutuhannya ataupun untuk beribadah kepada Allah SWT. Tipe manusia ini cenderung tidak tertarik dalam melakukan aktivitas konsumsi dan cenderung tidak memperhatikan aspek yang dapat memenuhi kebutuhannya seperti pendapatan. Seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya bahwa manusia tipe ini akan cenderung bermalas-malasan dan tidak memanfaatkan waktunya untuk melakukan hal yang dipandang oleh Allah baik urusan duniawi maupun akhirat.

Dalam melakukan konsumsinya, *apathetic economic man* (dapat disebut *apathetic man* saja) dapat dijelaskan pada Gambar 3.7. Dapat dilihat pada gambar tersebut bahwa posisi *apathetic man* pada barang-barang X dan Y berdasarkan kemampuan pendapatannya cenderung mendekati 0 atau secara ekstrim sama dengan 0 (titik A). Sehingga dengan perilaku yang tidak peduli ini, maka secara logis pemenuhan kebutuhannya (X_0) menjadi beban orang lain. Dari sudut pandang Islam posisi *apathetic man* ini dikategorikan sebagai mustahik, dimana pemenuhan kebutuhan pokoknya didapat dari santunan zakat. Dan jika mendapat zakat yang diasumsikan sebesar kebutuhan pokok mustahik, maka pendapatan zakat tersebut dapat digambarkan sebesar M_1 , dimana eksekusi konsumsinya sebesar X_0 (titik B). Sehingga, setelah mendapatkan zakat penggambaran konsumsinya sama dengan gambar *ascetic man*, namun yang membedakan adalah pendapatan M_1 yang dimiliki bukanlah dari kerja dirinya sendiri, tetapi dari bantuan atau santunan pihak lain.



Gambar 3.7 Perilaku Konsumsi *Apathetic Man*

Tentunya menjadi beban orang lain sangat tidak dianjurkan dalam Islam. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadits tentang keutamaan ikhtiar dan memaksimalkan potensi diri.

"Dari al-Miqdam Radhiyallahu anhu bahwa Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Tidaklah seorang (hamba) memakan makanan yang lebih baik dari hasil usaha tangannya (sendiri), dan sungguh Nabi Daud Alaihissalam makan dari hasil usaha tangannya (sendiri)" HSR al-Bukhâri, no. 1966.

Hadits yang agung ini menjelaskan bagaimana keutamaan bekerja untuk mencari nafkah yang halal dan berusaha memenuhi kebutuhan diri dan keluarga dengan usaha sendiri. Bahkan hal tersebut termasuk ke dalam sifat-sifat yang dimiliki oleh para Nabi Alaihissalam dan orang-orang yang shalih. Salah satu sifat yang diajarkan dalam Islam adalah sifat *'iffah* yaitu selalu menjaga kehormatan diri, tidak meminta-minta dan tidak menjadi beban orang lain seperti yang dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 273 dibawah

"(Berinfaklah) kepada orang-orang fakir yang terikat (oleh jihad) di jalan Allâh. Mereka tidak dapat (berusaha) di bumi. Orang yang tidak tahu (keadaan mereka) menyangka mereka orang kaya karena mereka memelihara diri dari minta-minta. Kamu kenal mereka dengan melihat sifat-sifatnya, mereka tidak meminta kepada orang secara mendesak." (QS Al-Baqarah: 273)

Dengan perilaku yang dimiliki 4 tipologi manusia sebelumnya, maka secara umum tipologi manusia pertama (*masalah oriented*) dan kedua (*conventional economic man*), akan memiliki pengaruh pada perilaku produksi. Sementara 2 tipologi selebihnya cenderung minimal atau tidak memiliki pengaruh pada Perilaku produksi, mengingat *ascetic man* memaksimalkan kapasitas produksinya sebesar kebutuhan pokoknya saja, sedangkan *apathetic man* dapat dikatakan tidak memiliki kapasitas produksi. Pembahasan pada bab-bab akhir akan dominan pada asumsi perilaku manusia tipologi pertama (*masalah oriented*) dengan dilengkapi secara proporsional perilaku tipologi kedua (*conventional economic man*) sebagai perbandingan.

Box 2. Kasus tunawisma/homeless di Amerika Serikat sebagai seorang *Apathetic man*

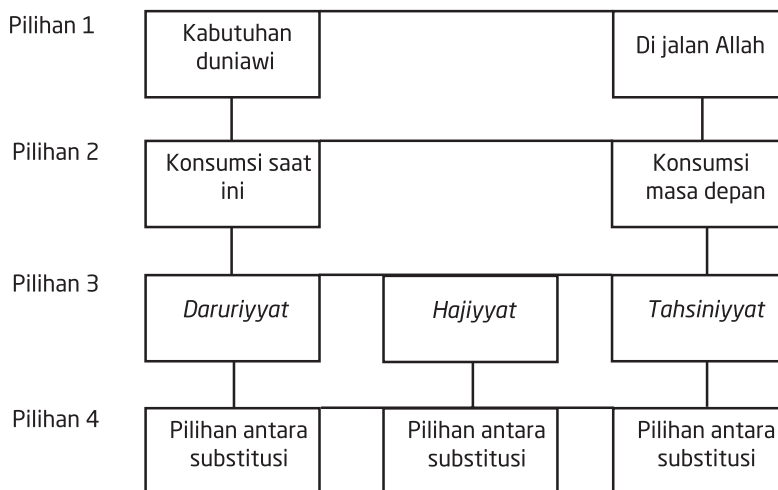
Masalah tunawisma di Amerika Serikat mengacu kepada suatu kondisi dimana orang tidak memiliki tempat tinggal yang tetap, teratur dan memadai seperti yang didefinisikan oleh The McKinney - *Vento Homeless Assistance Act*. Untuk mengatasi masalah tunawisma, negara bagian Utah di Amerika Serikat memberikan subsidi berupa rumah sederhana untuk tempat tinggal mereka dengan nama program *Housing Works*. Dengan program tersebut, Utah telah berhasil menekan angka tunawisma sebesar 69 persen di tahun 2011. Namun pemerintah Utah tidak begitu saja memberikan rumah kepada penduduk yang tidak memiliki rumah, tetapi sebagai gantinya mereka harus bekerja. Para tunawisma tersebut diberikan akses untuk apartemen mereka, dan harus mengikuti pelatihan kerja dan pelayanan sosial yang disediakan pemerintah. Hal ini menjadi

salah satu gambaran bahwa *apathetic man* dapat menjadi beban bagi negara, di mana semakin banyak orang yang tidak produktif akan menyebabkan permasalahan seperti meningkatnya tingkat kemiskinan dan pengangguran. Sebagai seorang Muslim, maka hal ini harus dihindari karena tidak sesuai dengan ajaran Islam. Seorang Muslim yang baik adalah mereka yang berusaha memaksimalkan potensi diri dan mencari nafkah bagi kebutuhannya dan keluarganya di jalan yang halal.

Konsep Efisiensi

Konsep efisiensi dalam kerangka ekonomi Islam adalah untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan dengan sumber daya yang tersedia. Dalam konteks ekonomi Islam, efisiensi mungkin bukan menjadi satu-satunya perhatian utama, namun hal lain seperti keinginan yang didasari oleh prinsip masalah juga memiliki peran seperti efisiensi. Memenuhi kebutuhan sangat diperlukan, terutama kebutuhan yang memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

Seorang individu yang memiliki kecukupan lebih untuk memenuhi kebutuhannya, diharuskan untuk membantu mereka yang kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya (*fakir-miskin*). Semua pendapatan secara keseluruhan digunakan untuk memenuhi kebutuhan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain. Kebutuhan memiliki batasan, dan sumber daya dalam ekonomi Islam tidak akan menjadi langka untuk memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu penting untuk mengetahui dan memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam ekonomi Islam. Beberapa pakar ekonomi Islam membahas ruang lingkup kebutuhan dan keinginan melalui pembahasan beberapa klasifikasi. Untuk melihat lebih jelas bagaimana mekanisme dari konsep alokasi konsumsi, maka dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Khan, M. A. (2020)

Gambar 3.8 Jenis Pilihan Konsumen Berdasarkan Kebutuhan

Teori perilaku konsumen dalam kerangka Islam seperti gambar di atas menganalisis empat jenis pilihan konsumen, di mana pilihan pertama dan ketiga tidak dijelaskan dalam teori perilaku konsumen konvensional (Tahir S, 1992). Maka, dapat disimpulkan bahwa kerangka teori ekonomi Islam dapat diaplikasikan lebih luas dan mendalam untuk mempelajari perilaku *Maslahah-oriented Economic Man* dalam menentukan pilihannya sesuai preferensi dan prioritas yang dimiliki. Pada pilihan pertama seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan menggunakan rasionalitasnya untuk mengkombinasi antara kebutuhan duniawi dan akhirat berdasarkan kerangka *maqashid al-syariah*. Sementara, pada pilihan ketiga seorang konsumen muslim akan bertindak rasional memilih konsumsi berdasarkan prioritas dan kerangka *maqashid al-syariah*. Seorang muslim pada pilihan tingkat ketiga diberikan keleluasaan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang akan memenuhi kebutuhannya dan tidak membahayakan siapapun. Namun, apabila pendapatan yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan sesuai syariah telah mencukupi, maka asumsi rasionalitasnya akan kembali menjadi seorang *Maslahah-oriented Economic Man*.

Kerangka *Maslahah* dan *Maqashid Syariah*

Setelah memahami konsep dari rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man*, pembahasan teori perilaku konsumsi dalam perspektif Islam kemudian meluas menuju pencapaian konsep *maslahah*. As-Syatibi menjelaskan bahwa *maslahah* merupakan semua urusan yang mendorong keberlangsungan hidup manusia baik pada dimensi duniawi maupun ukhrawi yang memenuhi kepatuhan syariah (halal), membawa kebaikan dan manfaat (*Tayyib*) dan tidak menimbulkan kemudharatan. Pada hakikatnya, konsep *maslahah* memiliki tujuan untuk memelihara kesejahteraan masyarakat dengan berlandaskan kepada syariat dan untuk mencapai tujuan syariah (*maqashid al-syariah*) dengan mendidik individu, menegakkan keadilan dan memajukan kesejahteraan bersama.

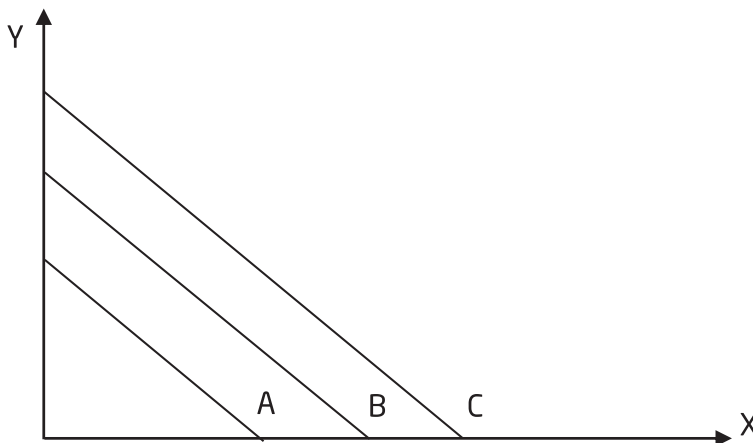
Tanpa memenuhi prinsip dari *maqashid al-syariah*, maka kehidupan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan tertinggal dari keberkahan. Hal ini dikarenakan *maqashid* merupakan suatu pilar dan landasan dalam *socio-economic* sebagai petunjuk dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Sunnah serta definisi dan penjelasan dari sejumlah ulama, Chapra (2007) memberikan kesimpulan bahwa semua tujuan dari konsep syariah adalah untuk melayani kepentingan semua manusia dan menyelamatkan manusia dari tipu daya dunia. Imam Al-Ghazali telah mengklasifikasikan *maqashid syariah* ke dalam lima kategori utama:

"Tujuan syari'at adalah untuk memajukan kesejahteraan manusia, yang terletak pada perlindungan iman (din), diri (nafs), akal (haql), keturunan (nasil) dan kekayaan (māl)." (Chapra, 2000).

Maslahah akan diperoleh dari mengonsumsi barang atau jasa yang halal diikuti dengan niat beribadah. Adanya *maslahah* dalam kegiatan konsumsi akan memperluas jangkauan suatu kegiatan yang berorientasi pada aspek halal. Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang merasakan *maslahah* dan memperoleh kebahagiaan dari aktivitas konsumsi yang dilakukannya, maka ia akan rela mengganti konsumsi lain yang dianggap tidak memberikan tingkat *maslahah* yang lebih besar. Dengan kata lain, semakin banyak

barang halal yang dikonsumsi seseorang, maka tambahan masalah yang diterimanya akan meningkat sampai pada titik tertentu dan pada akhirnya akan berkurang, dengan asumsi jumlah konsumsi masih diperbolehkan oleh Islam (Audah J, 2013). Hal ini dinamakan sebagai *diminishing marginal masalah* yang menggambarkan titik optimum dari konsumsi barang halal. Konsep dasarnya adalah penambahan konsumsi terhadap barang dan jasa tidak selamanya akan memberikan kemaslahatan secara terus menerus, tetapi akan sesuai dengan kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan. Namun, bagi orang yang tidak peduli tentang perihal nikmat dari kemaslahatan, maka peningkatan masalah hanya identik dengan peningkatan dari segi manfaat saja. Konsep *maqashid al-syariah* sepenuhnya menjelaskan tentang kebijaksanaan dan kesejahteraan umat manusia, di dunia dan di akhirat. Konsep *maqashid al-syariah* adalah semua tentang keadilan, belas kasihan, kebijaksanaan dan kebaikan.

Perbedaan antara barang yang memberikan tingkat masalah lebih tinggi dengan barang yang tidak memberikan masalah akan memberikan pandangan lebih jelas mengenai kerangka masalah dalam perilaku konsumsi Islam. Pada Gambar 3.9 diasumsikan bahwa barang Y dan X adalah barang yang memberikan masalah, di mana kombinasi antara kedua barang tersebut memberikan tingkat masalah yang berbeda. Ketika seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki anggaran yang lebih banyak atau garis anggaran bergeser ke kanan atas (dari A ke B atau dari B ke C), maka kemampuan atau daya belinya terhadap barang Y dan X akan mengalami peningkatan. Oleh karena itu, konsumsi barang Y dan X sepanjang garis anggaran tersebut akan memberikan peluang untuk memperoleh tingkat masalah yang lebih tinggi dari konsumsi barangnya. Maka dapat disimpulkan bahwa garis anggaran C lebih disukai dibandingkan dengan B dan B lebih disukai dibandingkan dengan A, karena memiliki potensi masalah yang lebih besar.



Gambar 3.9 Perbedaan Garis Anggaran Antar Barang Berdasarkan Masalah

3.4 Determinasi Konsumsi dalam Islam: Aturan dan Norma Islam

Teori perilaku konsumen dalam Islam datang dalam dua perspektif yang menjadi landasan untuk mengatur bagaimana konsumen dapat menentukan keputusannya dalam melakukan aktivitas konsumsi sesuai dengan ajaran Islam. *Pertama*, berkaitan dengan etika dan aturan pada perilaku umum seorang konsumen yang tentunya akan mempengaruhi bagaimana cara mereka melakukan kegiatan konsumsi dalam perspektif Islam (M. F. Khan, 2014). Aturan-aturan ini menjadi landasan seorang konsumen untuk mencapai tujuan-tujuan konsumsi dalam Islam.

a) Kebenaran

Prinsip dasar dan aturan untuk perilaku dan semua aktivitas manusia sebagaimana yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Quran. Terdapat banyak ayat yang menjelaskan bahwa konsep kebenaran ini merupakan rujukan utama untuk manusia dalam menjalankan aktivitasnya termasuk konsumsi sesuai dengan ajaran Islam. Seperti yang terdapat dalam QS 2:62 yang menyatakan

"Sesungguhnya orang-orang yang beriman, orang-orang Yahudi, orang-orang Nasrani dan orang-orang Sabi'in, siapa saja (di antara mereka) yang beriman kepada Allah dan hari akhir, dan melakukan kebajikan, mereka mendapat pahala dari Tuhannya, tidak ada rasa takut pada mereka, dan mereka tidak bersedih hati". Selain itu, dijelaskan dalam QS 5:103 bahwa "Katakanlah (Muhammad), Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung".

Berkaitan dengan konteks ayat tersebut menekankan bahwa seorang Muslim ditekankan untuk mempertimbangkan hal yang benar dan salah; baik dan buruk sebelum melakukan sesuatu. Hal ini mendorong seseorang untuk tidak melakukan suatu hal yang buruk untuk memenuhi kepuasannya, namun hanya keinginan yang baik dan benar yang akan dilakukan untuk memenuhi kepuasannya.

b) Ihsan

Ihsan yaitu seorang manusia menyembah Rab-nya dengan ibadah yang dipenuhi rasa harap dan keinginan, seolah-olah dia melihat-Nya sehingga dia pun sangat ingin sampai kepada-Nya, dan ini adalah derajat ihsan yang paling sempurna. Ihsan merupakan salah satu tingkatan tertinggi dalam perspektif ajaran Islam sebagai norma dan aturan untuk menjalankan aktivitas manusia dengan cara yang paling baik. Kegiatan dan urusan manusia yang berdasar kepada nilai-nilai ihsan ini akan memberikan kemaslahatan bagi dirinya sendiri dan orang lain yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Sebagai contoh dalam konteks konsumsi, aspek ihsan ini akan mendorong seseorang untuk melakukan konsumsi dengan mempertimbangkan kepuasannya dan kebutuhan orang lain.

c) Menghindari Haram

Dalam melakukan konsumsi, konsumen akan dihadapkan kepada beberapa pilihan barang yang mungkin salah satunya memiliki unsur yang bertolak belakang dengan ajaran Islam seperti barang haram. Barang konsumsi yang dapat menimbulkan *mudharat*, membahayakan kesehatan seseorang dan bahkan mencemari lingkungan atau menimbulkan efek berbahaya bagi orang lain harus dihindari. Hal ini merupakan aturan umum dalam hal perilaku manusia untuk tidak merugikan diri sendiri atau menyebabkan kerugian bagi orang lain. Maka dari itu, indikator ini sangat penting dalam mengembangkan teori perilaku konsumen yang sesuai dengan ajaran Islam, karena sebagaimana dijelaskan di atas bahwa perilaku konsumen dalam Islam cenderung memperhatikan kemaslahatan.

Aturan Spesifik atau Nilai untuk Konsumsi dan Perilaku Konsumen

Setelah mengetahui landasan dari perilaku konsumen secara umum, maka selanjutnya akan dijelaskan aturan dan norma yang lebih spesifik berkaitan langsung dengan aspek yang menjelaskan mekanisme konsumsi itu sendiri, seperti bagaimana cara menggunakan sumber daya dengan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam syariat Islam (M. A. Khan, 2020; M. F. Khan, 2014). Nilai dan norma ini dapat dikategorikan pada tiga bagian yaitu menghindari pemborosan, menghindari hal yang berlebih-lebihan dan infaq, sodaqoh dan *Qard Al-Hasan*.

a) Menghindari Pemborosan (*israf*)

Israf secara umum merupakan pemborosan sumber daya yang tersedia untuk digunakan baik dalam memenuhi kebutuhan atau digunakan sebagai faktor input. Pemborosan dalam mengalokasikan sumber daya dalam Islam merupakan hal yang harus dihindari. Hal tersebut menjelaskan secara tidak langsung bahwa seseorang yang rasional harus mempertimbangkan keputusannya dalam konsumsi yang berdasar kepada keinginannya saja, tetapi harus berdasarkan kepada kebutuhannya. Namun dalam teori perilaku konsumsi, keinginan merupakan hal yang tidak dapat dikatakan sebagai pemborosan secara langsung.

Pemborosan adalah sumberdaya yang dikeluarkan atau dialokasikan oleh konsumen dengan tanpa alasan. Perilaku tersebut merupakan perilaku yang irasional. Konsumsi barang-barang yang tidak memenuhi kriteria kebutuhan konsumen adalah pemborosan sumberdaya. Dengan menggunakan konsep kebutuhan ini, maka dapat mengamati beberapa sumber pemborosan dalam setiap perilaku konsumen.

Pemborosan ini dapat diidentifikasi dengan melihat konsumsi suatu komoditas barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan oleh konsumen. Selain itu, konsumsi apapun dengan tingkat prioritas yang rendah atau konsumsi dengan biaya yang tinggi akan dikategorikan sebagai pemborosan sumberdaya yang harus dihindari. Selain itu, pemborosan adalah jika suatu kebutuhan dipenuhi dengan jumlah penye-

diaan yang lebih banyak dari jumlah yang dibutuhkan. Hal ini terutama berlaku untuk komoditas, yang bersifat kebutuhan pokok dan kebutuhan dasar.

b) Menghindari Hal Berlebih-lebihan (*Tabdhir*)

Sebenarnya konsep *tabdhir* ini sama dengan konsep *israf*, namun konsep *tabdhir* ini lebih mengacu kepada pemborosan yang dikeluarkan oleh konsumen tanpa mempertimbangkan terkait dengan kebutuhannya dan prioritasnya. Konsep ini mungkin akan lebih banyak ditemukan pada masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan atau kekayaan yang lebih tinggi, karena mereka cenderung tidak mempertimbangkan mana yang dibutuhkan mana yang tidak, mana yang halal mana yang haram, bahkan barang yang pada akhirnya baik untuk kesehatan mereka. Dalam konsep kebutuhan, *tabdhir* ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana perilaku konsumen dalam menggunakan sumber daya yang dialokasikan.

c) Pengeluaran Lainnya: *Infaq*, *Shadaqah* dan *Qard Al-Hasan*

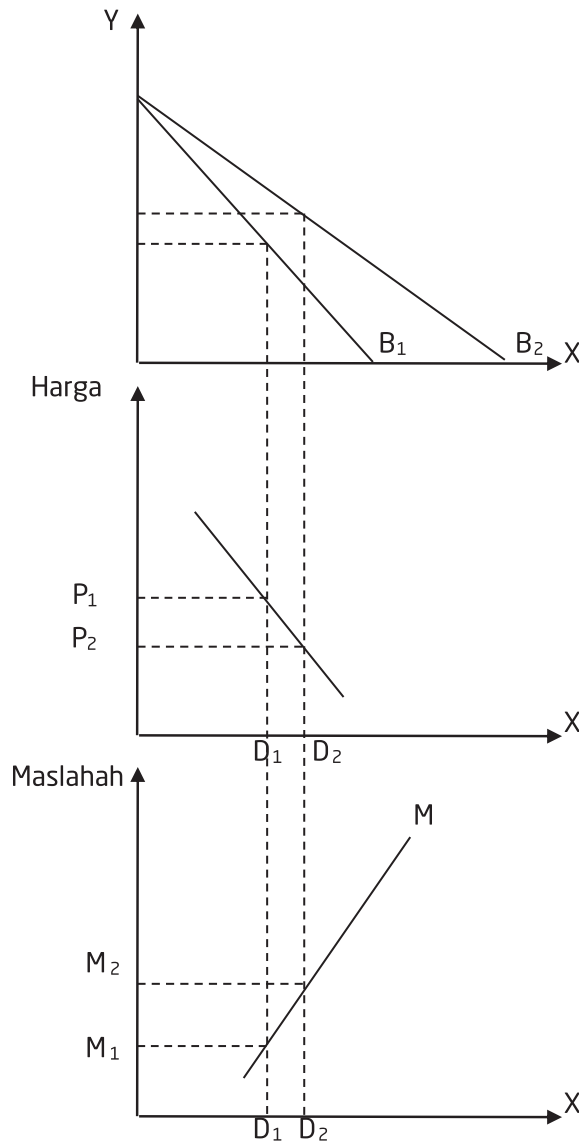
Infaq berarti membelanjakan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, bukan sebagai nikmat kepada orang lain, tetapi demi pahala dari Allah. *Shadaqah* merupakan penyerahan harta kekayaan dari satu individu kepada individu yang membutuhkan dan memberikan perubahan bersifat ekonomis seperti digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi atau produksi. Dalam dimensi ekonomi, *shadaqah* dapat menciptakan keadilan sosial, dimana distribusi kekayaan dalam suatu masyarakat dapat berjalan secara merata atau dengan kata lain digunakan untuk pemberdayaan masyarakat miskin menuju kehidupan ekonomi yang layak. *Qadr Al-Hasan* merupakan pemberian harta yang berlandaskan sosial dengan tujuan untuk dimanfaatkan dan harus dibayar dengan sejenisnya atau secara sederhana berarti pemberian pinjaman tanpa mengharapkan imbalan.

A. Konsumsi Ketika Terjadi Penurunan Harga

Pada tingkat pertama, bagi seorang muslim untuk mengalokasikan dan menentukan pengeluaran untuk kepentingan dunia dan ukhrawi memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kesuksesan seorang muslim baik di dunia maupun di akhirat. Konsep sukses dalam Islam selalu berhubungan dengan nilai moral seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dan kebijaksanaannya dalam memandang pilihan dalam hidup. Siddiqi, M.N. (2000) menyatakan bahwa perilaku manusia yang semakin sesuai dengan nilai moral dan semakin tinggi tingkat kesalehan seseorang maka ia akan meraih kesuksesan. Selain itu, seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dalam rasionalitas ekonomi selalu menyertakan agama sebagai prinsip moral di dalam setiap aktivitasnya.

Kurva pada Gambar 3.10 menunjukkan bagaimana seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dihadapkan pada pilihan untuk mengonsumsi kebutuhannya pada barang yang memiliki kemaslahatan antara barang Y dan barang X. Apabila terjadi penurunan harga barang X maka garis anggaran akan berotasi dari B1 ke B2. Hal tersebut mengindikasikan bahwa seolah-olah kesejahteraan individu bertambah karena dapat membeli barang

lebih banyak dengan pendapatan yang sama. Selain itu, dalam hal ini untuk lebih mudah memahami bagaimana menurunkan kurva di bawah dari mulai terjadinya penurunan harga hingga diperoleh tingkat kemaslahatan dari konsumsi yang terjadi, maka penjelasan barang X di sini menggunakan sudut pandang kuantitas, tidak seperti saat menjelaskan preferensi pada empat tipologi manusia yang menggunakan pendekatan pengeluaran (*spending approach*).

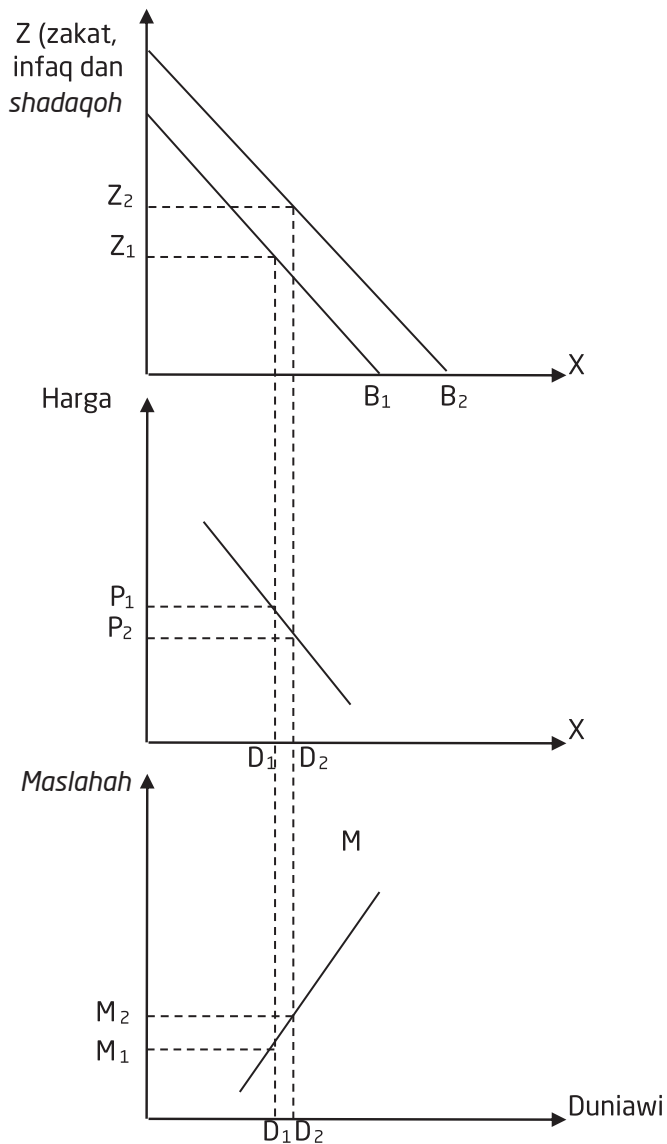


Gambar 3.10 Kurva Preferensi Pilihan Barang Duniawi yang Bersifat Masalah Dalam Perubahan Harga

Kemudian dari kurva pertama diturunkan pada kurva kedua untuk dapat menjelaskan permintaan harga barang X, dengan sumbu horizontal antara kurva pertama dan kedua adalah barang X. Ketika terjadi penurunan harga pada barang X maka konsumsi terhadap barang tersebut akan meningkat dari D_1 ke D_2 . Kemudian, untuk melihat tingkat masalah yang diperoleh dari peningkatan konsumsi barang X tersebut, maka dari kurva kedua diturunkan ke kurva ketiga. Apabila barang X yang dikonsumsi hanya sebesar D_1 , maka masalah yang diperoleh oleh seorang *Maslahah-oriented Economic Man* hanya sebesar M_1 . Namun apabila barang yang dikonsumsi dari barang X mengalami peningkatan menjadi D_2 , maka tingkat masalah yang diperoleh adalah sebesar M_2 .

Dari kurva tersebut, dapat disimpulkan bahwa seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan memperoleh tingkat *masalah* lebih tinggi ketika mengonsumsi barang dan jasa yang memiliki tingkat keberkahan yang lebih tinggi dengan adanya penurunan harga. Konsep *masalah* ini sangat erat kaitannya dengan keberkahan, manfaat dan keadilan, seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168, bahwa terdapat dua hal yang menjadi kandungan masalah yaitu halal dan *thayyib*. Dalam ilmu ekonomi Islam modern, kedua aspek tersebut sering diungkapkan dengan istilah keberkahan.

Box 3. Penerapan preferensi konsumsi pada barang akhirat dan duniawi. Selain dapat dijelaskan oleh kombinasi pada barang dunia yang sama-sama memiliki ke-maslahatan, preferensi seorang *Maslahah-oriented Economic Man* juga perlu dijelaskan dalam konteks pengeluaran untuk akhirat yang mana pada kurva ini menunjukkan kombinasi antara konsumsi barang yang berorientasi kepada akhirat dan barang X. Diasumsikan bahwa ketika terjadi penurunan harga barang X, konsumsi barang yang berorientasi kepada akhirat dan barang X yang sifatnya adalah untuk kebutuhan duniawi memiliki tingkat masalah yang konstan. Selain itu, dalam kurva yang ditunjukkan Gambar 3.11 menggunakan asumsi bahwa konsumsi pada barang akhirat ini adalah berupa zakat, infaq dan shadaqoh yang mencerminkan kemampuan daya beli dari seorang *Maslahah-oriented Economic Man* terhadap harga barang. Penurunan harga barang tersebut menyebabkan perpindahan garis anggaran dari B_1 ke B_2 yang artinya kemungkinan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* untuk meningkatkan konsumsi barang yang digunakan untuk zakat, infaq dan shadaqoh, maka perpindahan D_1 ke D_2 tidak sebesar pada kurva 3.10. Oleh karena itu, apabila terjadi penurunan harga maka tidak hanya akan meningkatkan alokasi pengeluaran terhadap barang X saja namun juga terhadap konsumsi barang yang berorientasi kepada akhirat seperti untuk zakat, infaq dan shadaqoh. Sama halnya seperti pada Gambar 3.10, ketika terjadi penurunan harga pada barang X maka seakan-akan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki alokasi tambahan untuk barang yang ditujukan pada zakat, infaq dan shadaqoh. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam kondisi terjadinya penurunan harga pada barang X, akan terjadi peningkatan kemampuan konsumsi untuk barang X itu sendiri dan zakat, infaq dan shadaqoh. Kemudian dengan adanya penurunan harga pada barang X tersebut, maka tingkat masalah yang diperoleh meningkat dari M_1 ke M_2 .



Gambar 3.11 Kurva Preferensi Pilihan Barang Akhirat dan Duniawi

Kesimpulan

Dalam Islam setiap aktivitas manusia berkaitan dengan ibadah atau memiliki nilai ibadah dan bersifat ketuhanan. Ekonom Islam memandang perlu untuk mengembangkan teori perilaku konsumen dalam ekonomi Islam. Masalah dalam perilaku konsumen digambarkan sebagai bentuk aktivitas konsumsi yang memberikan manfaat dan berkah. Dalam melakukan konsumsi, konsumen muslim tidak hanya akan mempertimbang-

kan kondisi harga yang ditetapkan sesuai dengan kepuasan barang yang diharapkan. Sudut pandang lain, yaitu kehalalan produk dan kesesuaiannya dengan ajaran agama, akan menjadi pertimbangan konsumen muslim. Dalam konsumsi Islam, preferensi seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan mengacu kepada nilai-nilai atau norma dan aturan atau syariat dalam Islam yang memerintahkan manusia agar peduli dengan manusia lain yang membutuhkan, karena manusia yang paling mulia adalah manusia yang paling bermanfaat bagi manusia lain. Selain itu, dalam melakukan aktivitas konsumsi seorang muslim sudah seharusnya berpijak pada prinsip kemaslahatan, salah satunya adalah mempersiapkan bekal untuk masa yang akan datang secara berkelanjutan.

Rangkuman

1. Para ekonom muslim telah mengembangkan elemen dasar dalam ekonomi Islam yang mencakup 5 poin penting yaitu agama, jiwa, intelektual, keluarga dan keturunan serta material/harta.
2. Dalam proses penentuan keputusan konsumsi seorang muslim juga berdasar kepada asumsi bahwa kebutuhan/*needs* lebih diutamakan dari keinginan/*wants* dan kesejahteraan lebih dari kepuasan.
3. Alasan mengapa konsep kebutuhan lebih realistis untuk mengembangkan teori perilaku konsumen Islam adalah karena konsep kebutuhan merupakan konsep yang lebih objektif dibandingkan dengan konsep utilitas, karena konsep ini lebih realistis dan dapat didefinisikan. Kemudian, konsep kebutuhan memungkinkan untuk melihat perbandingan antar pribadi terkait kesejahteraan dari berbagai kategori konsumen, yang tidak mungkin dilakukan dalam pendekatan berbasis utilitas.
4. Rasionalitas Islam sebagai seorang *Ibadur-Rahman* atau *Maslahah-oriented Economic Man* akan mendorong seorang konsumen untuk memaksimalkan potensi amal shalehnya dari pendapatan yang ia miliki, mengonsumsi barang yang bermanfaat dan mengurangi pemborosan serta pengeluaran yang tidak diperlukan.
5. Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan mendahulukan kebutuhan dasar dibandingkan konsumsi barang yang tidak memiliki kriteria sebagai prioritas utama dalam kehidupannya. Sementara itu, manusia tipe *Conventional Economic man* cenderung memaksimalkan kebutuhan dan urusan duniawi yang memberikan kepuasan maksimal tanpa mempertimbangkan kebaikan dan kehalalan dari barang yang dikonsumsi. Orientasi kehidupan seorang *ascetic man* sepenuhnya adalah untuk akhirat, semua urusan dunia akan ditinggalkan karena ada kekhawatiran akan melalaikan dirinya dari beribadah kepada Allah SWT. Pada tipe manusia *Apathetic man* cenderung tidak produktif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya ataupun untuk beribadah kepada Allah SWT.
6. Pada hakikatnya, konsep masalah memiliki tujuan untuk memelihara kesejahteraan masyarakat dengan berlandaskan kepada syariat dan untuk mencapai tujuan syariah (*maqashid al-syariah*) dengan mendidik individu, menegakkan keadilan dan memajukan kesejahteraan bersama.
7. Dengan asumsi tingkat kemaslahatan yang tetap dari pilihan dua barang apabila terjadi penurunan harga, maka garis anggaran akan bergeser ke arah kanan yang

mengindikasikan bahwa seolah-olah kesejahteraan individu bertambah karena dapat membeli barang lebih banyak dengan pendapatan yang sama.

Pertanyaan

1. Jelaskan konsep dasar yang menjadi landasan dalam keputusan seorang muslim untuk melakukan konsumsi.
2. Mengapa konsep kebutuhan dikatakan realistis untuk menjelaskan dan mengembangkan teori perilaku konsumen dalam Islam?
3. Jelaskan perbedaan antara *egoistic rationality* dengan *IbadurRahman rationality*.
4. Jelaskan yang dimaksud dengan *masalah-oriented* yang bersifat subyektif.
5. Jelaskan bagaimana preferensi dari tipe manusia *Maslahah-oriented Economic Man* apabila terjadi penurunan harga dengan asumsi *ceteris paribus* Islam.
6. Sebutkan dan jelaskan aturan dan norma yang menjadi landasan seorang konsumen dalam rangka mencapai tujuan konsumsi dalam Islam.
7. Jelaskan tingkat masalah yang akan diperoleh seorang Muslim ketika terjadi peningkatan harga pada suatu barang dengan asumsi *ceteris paribus* dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

As-Syatibi, I. (n.d.). In al-Muwafaqat (p. 1/284). Dar Ibn 'Affan.

Chapra, M. U. (2000). The Future of Economics: An Islamic Perspective. Leicester: The Islamic Foundation.

Chapra, M. U. (2007). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī'ah (Research Paper). Jeddah: Islamic Research and Training Institute (IRTI)

Fahim Khan (2014), The Framework of Islamic Theory of Consumer Behavior

Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). Pengantar Ekonomi Islam. Jaser Audah, Al-Maqoshid Untuk Pemula (Yogyakarta: Suka Press, 2013), 116.

Khan, Muhammad Akram (2020), Theory of Consumer Behavior: An Islamic Perspective

Siddiqi, M. N. (1996). Teaching economics in Islamic perspective. Scientific Publishing Centre.

Siddiqi, M.N. 2000, some aspects of the Islamic Economy, pp. 15, 16

Tahir S, Ghazali A & Agil S (1992), Readings in microeconomics : an islamic perspective

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB 4:

TEORI PERMINTAAN ISLAMI

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut ini:

- Pengertian dan Hukum Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam
- Aplikasi Kurva Permintaan Islami
- Inter-temporal Dalam Perilaku Konsumen
- Perubahan Permintaan Akibat Efek Substitusi dan Efek Pendapatan

4.1 Definsi Permintaan Dalam Islam

Setelah mempelajari bagaimana seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memutuskan pilihan konsumsinya berdasarkan nilai-nilai moral dan syariat Islam, maka selanjutnya akan dibahas bagaimana teori permintaan dalam ekonomi Islam. Pemahaman dari teori perilaku konsumen Islam merupakan salah satu kunci untuk memahami konsep permintaan dalam perspektif Islam. Pada umumnya dipahami bahwa secara ekonomi kekayaan dan pendapatan merupakan faktor utama bagi seorang individu untuk membeli barang dan jasa. Namun, hal yang paling penting adalah alokasi dari kekayaan dan pendapatan tersebut sesuai dengan konsep ekonomi Islam yang berlandaskan kepada nilai-nilai Islam yang berorientasi pada akhirat.

Dalam teori permintaan Islami komoditas barang yang akan dibahas dalam hal ini mengacu kepada hubungan antara dua barang yang memiliki kriteria halal. Selain itu, dalam teori permintaan Islami akan dibahas bagaimana kedua barang tersebut saling berhubungan dalam suatu aktivitas ekonomi, terutama berkaitan dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Prinsip prioritas kebutuhan menjadi dasar utama dalam permintaan Islami dan mengesampingkan urusan duniawi seperti kepuasan dunia. Hal tersebut muncul karena rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan selalu konsisten terhadap nilai dan prinsip moral Islam, yaitu kemaslahatan atau kesuksesan dunia akhirat.

Faktanya, seorang individu konsumen akan menghadapi beberapa kondisi terkait dengan ketersediaan barang dan jasa yang mereka inginkan. Hal ini sangat bergantung kepada kekayaan dan pendapatan seseorang, di mana individu yang memiliki kekayaan dan pendapatan lebih tinggi akan merasa senang membayar lebih untuk konsumsi mereka. Artinya, seorang akan mengonsumsi jumlah barang dan jasa yang lebih banyak atau membelanjakan pendapatannya lebih banyak untuk barang dengan kualitas yang tinggi. Nilai-nilai dalam Islam dan perintah dari Allah dalam Al-Quran dan hadits merupakan faktor penting dalam pilihan konsumen untuk menentukan jenis produknya dan mempengaruhi jumlah dari barang yang dikonsumsi dengan konsep sederhana yaitu melarang pemborosan (*israf*). Selain itu, keagamaan juga mempengaruhi permintaan barang secara

musiman karena adanya aktivitas keagamaan tahunan seperti idul fitri, idul adha dan bulan haji.

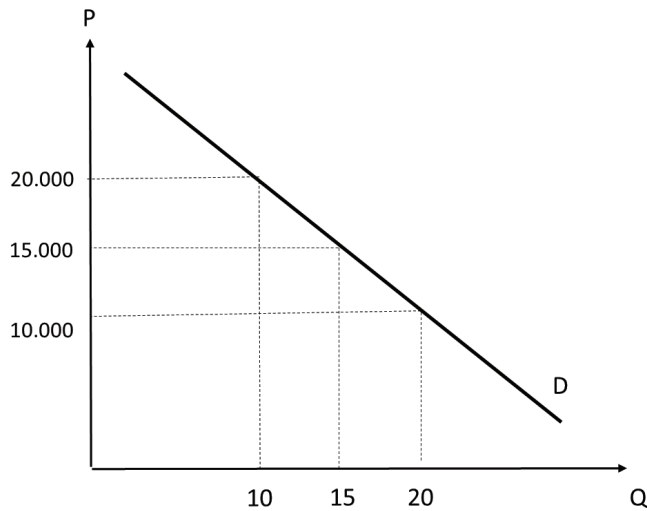
Secara garis besar, permintaan Islami mengacu kepada konsep permintaan dalam literatur ekonomi secara umum namun dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam syariat Islam. Oleh karena itu, walaupun seorang muslim memiliki pendapatan dan kekayaan yang banyak tapi tidak serta merta diperbolehkan untuk menggunakannya untuk membeli barang tanpa aturan Islam. Batasan anggaran (*budget constrain*) masih tidak cukup untuk membatasi konsumsi secara tidak berlebihan, namun batasan lain seperti menghindari pemborosan atau berlebihan (*israf*) dan konsep masalah menjadi suatu pelengkap dalam konsumsi seorang *Maslahah economic man*. Norma-norma dan aturan dalam Islam akan menjadi penyaring (*filter*) dalam konsep permintaan suatu barang dan jasa dengan tujuan kemewahan, kemegahan dan kemubadziran. Bahkan dalam Islam konsep zakat yang wajib pada setiap Muslim yang telah mencapai nisab memerintahkan mengeluarkan hartanya untuk orang yang membutuhkan terutama fakir dan miskin.

4.2 Hukum Permintaan

Dalam literatur Islam, hukum permintaan hampir sama dengan hukum permintaan dalam literatur ekonomi pada umumnya. Namun konsep masalah memiliki peran tersendiri dalam penentuan kenaikan atau penurunan permintaan. Permintaan dalam ekonomi Islam adalah ketika terjadi peningkatan harga, maka permintaan terhadap barang akan turun selama tingkat masalah barang tersebut tidak berubah. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan harga maka permintaan terhadap barang akan naik dengan asumsi tingkat masalah yang sama. Dalam hal ini, asumsi masalah tetap menjadi *ceteris paribus* dalam melihat korelasi antara harga dan kuantitas barang yang diminta. Dengan demikian, beberapa asumsi yang digunakan untuk menjelaskan kurva permintaan ini antara lain:

- Dalam kasus permintaan islami, barang yang digunakan adalah barang normal
- *Maslahah-oriented Economic Man* akan mengonsumsi produk yang masalahnya lebih tinggi
- Semakin tinggi tingkat masalah suatu barang, semakin diminati oleh konsumen *Maslahah-oriented Economic Man*

Dengan kata lain, faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan barang selain harga diasumsikan tetap atau dikenal dengan istilah *ceteris paribus*. Beberapa aspek yang berkenaan dengan *ceteris paribus* dalam perspektif Islam antara lain seperti tingkat masalah dari suatu barang, tingkat keberkahan, tingkat keimanan, tingkat pendapatan dan lain sebagainya. Untuk dapat memahami hukum permintaan tersebut, maka asumsi tersebut akan digunakan seterusnya untuk konsep permintaan Islami ini. Untuk dapat memahami konsep permintaan dalam perspektif Islam berdasarkan hukum permintaan, maka digunakan kurva permintaan yang menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan miring ke bawah dari kiri ke kanan dan mengasumsikan rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang merespon perubahan harga, sebagaimana penjelasan diatas. Hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta akan digambarkan pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Kurva Permintaan Konsumen Terhadap Suatu Barang

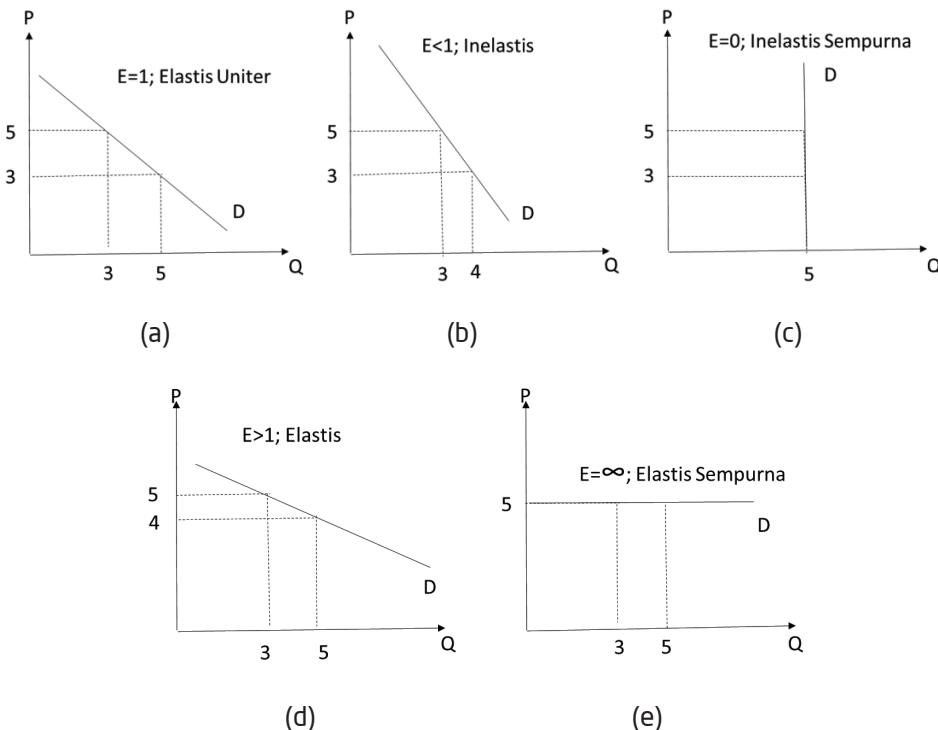
Harga (P)	Jumlah Barang yang diminta (D)
Rp 30.000 ⁵	
Rp 25.000	7
Rp 20.000 ¹	0
Rp 15.000	15
Rp 10.000	25
Rp 5.000 ³	0

Tabel Harga dan Jumlah Permintaan

Dari kurva di atas menunjukkan sumbu vertikal adalah harga (P) dan sumbu horizontal adalah jumlah barang yang diminta (Q). Secara substansi, dapat dilihat bahwa ketika harga barang sebesar 3 maka jumlah barang yang akan diminta oleh konsumen adalah sebesar 6 unit. Sementara ketika terjadi peningkatan harga menjadi 5, maka terjadi penurunan kuantitas barang yang diminta dari 6 menjadi 4 unit. Hal tersebut merupakan mekanisme sederhana dari kurva permintaan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang diperoleh dari proses optimisasi kemaslahatan. Kenaikan harga yang terjadi mendorong konsumen untuk mencari barang lain yang memiliki kriteria (tingkat masalah) yang sama, dalam hal ini adalah tingkat keahalannya dan manfaatnya sebagai pemenuhan kebutuhan. Selain itu, kenaikan harga barang juga dapat menyebabkan pendapatan seorang konsumen terhadap pendapatan riil akan berkurang. Hal tersebut memberikan dampak secara langsung kepada konsumen untuk memilih barang lain yang tidak mengalami peningkatan harga atau melakukan pengurangan jumlah konsumsi terhadap barang yang mengalami kenaikan harga.

Dalam teori perilaku konsumen Islam, sangat mempertimbangkan situasi dalam kehidupan nyata, dimana sebagian besar konsumen dipengaruhi oleh berbagai tingkat dari konsumsi yang berlebihan, pemborosan dan ketamakan. Ketiga faktor tersebut merupakan hal yang harus dihindari dalam prinsip Islam, karena cenderung tidak berorientasi pada konsep masalah. Ketiga faktor tersebut akan merubah hukum permintaan tradisional, dimana seorang *Maslahah-oriented Economic Man* tidak akan memiliki jumlah permintaan barang yang konsisten sesuai dengan kebutuhannya.

Kurva permintaan memiliki elastisitas berdasarkan respon jumlah permintaan barang dan jasa terhadap perubahan harga. Apabila perubahan jumlah permintaan (dalam persentase) sama dengan perubahan harga (dalam persentase), maka kurva permintaan dapat dikatakan elastis uniter ($E=1$; gambar 4.2 (a)). Jika perubahan jumlah permintaan lebih kecil dari perubahan harga maka kurva permintaan bersifat inelastis ($E<1$; gambar 4.2 (b)). Inelastis sempurna jika jumlah permintaan tidak berubah berapapun tingkat harga ($E=0$; gambar 4.2 (c)). Elastis jika perubahan jumlah permintaan lebih besar dari perubahan harga ($E>1$; gambar 4.2 (d)). Dan elastis sempurna bila perubahan jumlah permintaan tidak dipengaruhi oleh harga atau harga tetap sama berapapun jumlah barang yang ditawarkan ($E=\infty$; Gambar 4.2 (e)). Elastisitas kurva permintaan dapat dilihat pada gambar 4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas seperti jumlah barang substitusi, tingkat teknologi dan jangka waktu.



Gambar 4.2 Elastisitas Kurva Permintaan

Dalam perspektif ekonomi Islam, elastisitas permintaan juga dipengaruhi oleh pemahaman dan ketaatan konsumen terhadap nilai-nilai moral Islam. Dengan orientasi maksimalisasi pemanfaatan pendapatannya pada konsumsi barang dan jasa dan Perilaku yang cenderung tidak boros dalam konsumsi barang dan jasa, untuk satu jenis barang yang sama, konsumen *masalahah-oriented economic man* cenderung akan memiliki kurva permintaan yang lebih inelastis dibandingkan *conventional economic man*. Kurva permintaan yang inelastis mencerminkan Perilaku konsumsi pada barang dan jasa dari *masalahah-oriented economic man* cenderung tidak sensitif dengan perubahan harga, karena konsumsi barang dan jasanya fokus pada pemenuhan kebutuhan pokok.

Sementara itu, dengan profil konsumsi sebatas pada kebutuhan pokoknya, maka konsumen yang *ascetic man* akan cenderung memiliki kurva permintaan yang inelastis sempurna. Kurva permintaan yang inelastis sempurna menunjukkan bahwa konsumsi *ascetic man* dalam bentuk jumlah barang cenderung tetap berapapun tingkat harganya. Sedangkan *apathetic man* sebenarnya cenderung tidak memiliki kurva permintaan karena tidak memiliki pendapatan. Namun dengan kondisi seperti itu tentu *apathetic* juga membutuhkan barang untuk hidup, sehingga melalui santunan pihak lain atau beban manusia lain, konsumsi dan kurva permintaan *apathetic man* cenderung sama dengan *ascetic man*.

4.3 Teori Permintaan Islami

Seperti yang telah diketahui, Islam mengharuskan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* untuk mengonsumsi dan menggunakan barang dan jasa yang halal dan thayyib serta meninggalkan yang mengantung haram. Dalam ekonomi Islam, suatu individu diasumsikan untuk memaksimalkan masalahah dari aktivitas konsumsi yang dilakukan. Selain itu, seorang muslim juga memaksimalkan kegunaan atau manfaat dari barang dan jasa sebagai implikasi secara keseluruhan yang berlandaskan pada prinsip dan nilai Islam. Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memaksimalkan fungsi yang terdiri dari beberapa daftar lengkap sumber *masalahah* yang diperoleh dengan melakukan berbagai kegiatan ekonomi. Sumber *masalahah* tersebut antara lain manfaat ekonomi dan kepuasan konsumen, manfaat dan kenikmatan yang didapatkan oleh individu atau kelompok lain serta pelayanan kepada masyarakat karena Allah SWT, seperti mendorong beriman dan berbuat kebaikan.

Teori permintaan sebagai turunan dari preferensi konsumen menggambarkan bagaimana hubungan antara kuantitas barang dan harga. Pernyataan tersebut merupakan instrumen yang telah lama dinyatakan oleh para penulis muslim. Selain itu, digunakan yang menggambarkan garis yang sama untuk kepuasan konsumen dan merupakan alat yang digunakan untuk mengindikasikan dua atau lebih dimensi kepuasan konsumen. Dalam ekonomi Islam kurva masalahah dapat digunakan untuk menjelaskan kemungkinan-kemungkinan pilihan yang ditentukan oleh konsumen pada berbagai situasi dan kondisi berdasarkan nilai dan norma Islam. Sebagai seorang *Maslahah-oriented Economic Man*, seorang konsumen akan mendapati berbagai pilihan barang dengan kondisi harga yang berubah-ubah. Namun, di satu sisi dalam konteks ini jika pilihan barang tersebut adalah antara barang halal dan haram maka tidak berlaku efek substitusi. Hal ini

mengindikasikan bahwa seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dalam kondisi darurat sekalipun tidak akan pernah mengonsumsi barang yang haram. Di sisi lain, jika pilihan barang adalah antara barang halal maka memungkinkan terjadinya substitusi, dengan domain dari kedua barang tersebut adalah tingkat masalah yang diperoleh. Maka dari itu, hubungan antar barang dalam ekonomi Islam dapat dibagi ke dalam tiga kategori, antara lain hubungan antar barang halal dan haram, hubungan komplementer antar barang halal dan hubungan substitusi antar barang halal. Pertama, hubungan antara barang halal dan haram dalam teori permintaan Islami dapat dijelaskan menggunakan kurva sebagaimana pada Gambar 4.2 dibawah.



Gambar 4.2 Hubungan Antara Barang Halal dan Haram

Kurva di atas menunjukkan bahwa pada garis yang berwarna *orange* konsumsi halal serang *Maslahah-oriented Economic Man* berimpit dengan garis horizontal yang merupakan barang halal. Garis tersebut mengindikasikan bahwa berapapun barang halal yang dikonsumsi, maka tidak ada barang haram yang akan dikonsumsi. Dalam khasanah ekonomi Islam, barang halal (atau menghindari barang haram) menjadi *ceteris paribus* dalam penjelasan teori-teori ekonominya, baik di sisi konsumsi maupun produksi. Barang haram dalam ajaran Islam merupakan hal yang sangat dihindari untuk dikonsumsi, bahkan telah ditegaskan dalam sebuah hadits bahwa apabila seseorang yang mengonsumsi barang dan jasa yang mengandung unsur haram, maka Allah tidak akan memandangnya.

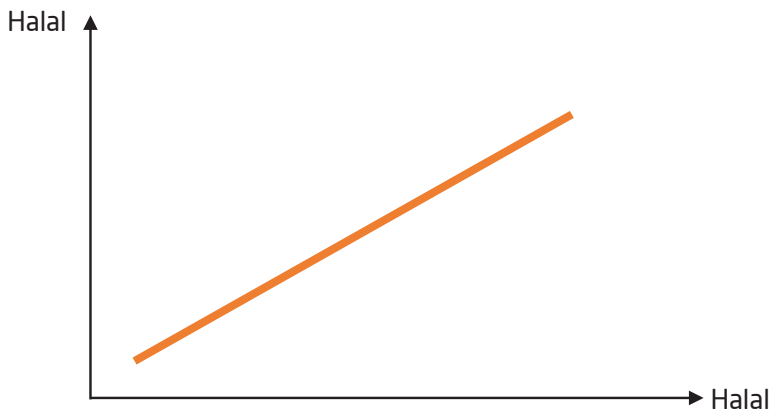
Dari Abu Hurairah Radhiyallahu 'anhu berkata : Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda : "Sesungguhnya Allah baik, tidak menerima kecuali hal-hal yang baik, dan sesungguhnya Allah memerintahkan kepada orang-orang mu'min sebagaimana yang diperintahkan kepada para rasul, Allah berfirman : "Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan". Dan firmanNya yang lain : "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu". Kemudian beliau mencontohkan seorang laki-laki, dia telah menempuh perjalanan jauh, rambutnya kusut serta berdebu, ia menengadahkan kedua tangannya ke langit : "Ya Rabbi ! Ya Rabbi! Sedangkan ia memakan makanan yang haram, dan pakaiannya yang ia pakai

dari harta yang haram, dan ia meminum dari minuman yang haram, dan dibesarkan dari hal-hal yang haram, bagaimana mungkin akan diterima do'anya" [Hadits Riwayat Muslim no. 1015]

Selanjutnya hubungan antara dua buah barang halal dapat dijelaskan pada Gambar 4.3. Hubungan positif antara dua barang tersebut menjelaskan bagaimana kedua sifat barang tersebut saling melengkapi yang menjadi kombinasi untuk dikonsumsi. Semakin tinggi jumlah barang yang dikonsumsi dengan asumsi tingkat masalah yang sama antara kedua barang tersebut, maka semakin tinggi tingkat masalah yang akan diperoleh. Keutamaan barang halal ini tidak hanya memberikan manfaat dan kemaslahatan kepada seorang konsumen saja, namun juga kepada sesama dan agama sebagaimana yang telah dijelaskan dari beberapa hadits berikut.

Rasulullah saw. bersabda, "Sesungguhnya yang halal itu jelas, sebagaimana yang haram pun jelas. Di antara keduanya terdapat perkara syubhat yang masih samar yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa yang menghindarkan diri dari perkara syubhat, maka ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka ia bisa terjatuh pada perkara haram." (H.R. Bukhari dan Muslim)

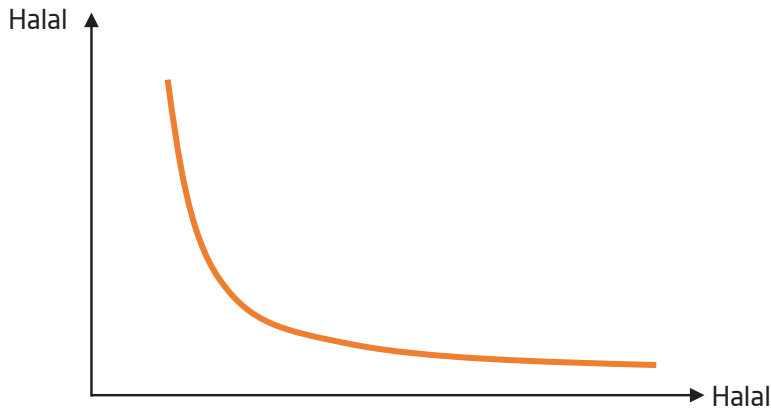
Rasulullah saw. bersabda, "Mencari sesuatu yang halal adalah kewajiban bagi setiap Muslim." (H.R. Al-Thabarani dari Ibnu Mas'ud).



Gambar 4.3 Hubungan Komplementer Antar Barang Halal

Selanjutnya adalah hubungan antara barang halal sebagai barang substitusi dengan berorientasi kepada tingkat masalah dan keberkahan dari barang tersebut. Ketika tingkat masalah dari suatu barang halal lebih tinggi dari barang halal lainnya, maka *Maslahah-oriented Economic Man* akan lebih banyak mengonsumsi barang tersebut. Hubungan antara kedua barang tersebut dijelaskan dengan kurva berbentuk *convex* seperti pada Gambar 4.4. Semakin tinggi tingkat masalah, semakin banyak barang yang

dikonsumsi, begitupun sebaliknya. Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* harus mengalokasikan pendapatan mereka sejumlah barang dan jasa yang akan dikonsumsi berdasarkan preferensinya terhadap barang halal.



Gambar 4.4 Hubungan Substitusi Antara Dua Barang Halal

Selain tingkat kemaslahatan, permintaan suatu barang dalam teori permintaan Islam juga dipengaruhi oleh pendapatan dan kekayaan seseorang. Pendapatan dan kekayaan dalam perspektif Islam memiliki arti yang sangat mendalam terkait dengan ketetapan Allah SWT yang memberikan hikmah dalam kehidupan manusia. Setiap manusia di muka bumi ini telah ditetapkan 4 hal oleh Allah SWT sebagaimana yang dijelaskan dalam hadits Arbain Nawawiyah yang ke-4.

Dari Abu 'Abdirrahman Abdullah bin Mas'ud radhiallahu 'anh, dia berkata : bahwa Rasulullah telah bersabda, "Sesungguhnya tiap-tiap kalian dikumpulkan penciptaannya dalam rahim ibunya selama 40 hari berupa nutfah, kemudian menjadi 'Alaqoh (segumpal darah) selama itu juga lalu menjadi Mudhghoh (segumpal daging) selama itu juga, kemudian diutuslah Malaikat untuk meniupkan ruh kepadanya lalu diperintahkan untuk menuliskan 4 kata : Rizki, Ajal, Amal dan Celaka/bahagiannya.

Tingkat pendapatan ini sangat mempengaruhi berapa barang yang akan dikonsumsi oleh seorang *Maslahah-oriented Economic Man*. Selain itu, tingkat pendapatan dan kekayaan dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur tingkat kemaslahatan yang akan diperoleh oleh konsumen. Pada umumnya, apabila terjadi peningkatan pendapatan seorang individu maka sejatinya konsumsinya juga akan bertambah. Namun, dalam perspektif Islam pertambahan pendapatan ini tidak selamanya akan berimplikasi terhadap peningkatan konsumsi saja. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya di dalam teori perilaku konsumen disebutkan bahwa manusia dibagi menjadi empat tipe. Maka, permintaan akan suatu barang ketika terjadi peningkatan pendapatan akan bergantung kepada tipe dari seorang konsumen tersebut.

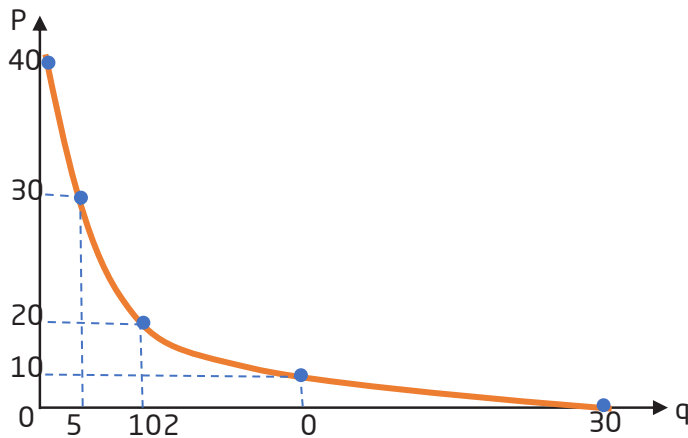
4.4 Kurva Permintaan Islami

Berdasarkan hukum permintaan yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, bahwa ada hubungan timbal balik antara harga dan barang yang diminta. Di mana tingkat harga mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang dengan asumsi *ceteris paribus* (*masalah* yang konstan), begitupun permintaan suatu barang akan mempengaruhi harganya di pasar. Pada Tabel 4.1 menyajikan sebuah contoh kasus permintaan barang dari seorang *Maslahah-oriented Economic Man* terhadap suatu barang halal yang ada di pasar.

Tabel 4.1 Permintaan Barang Halal

Harga (P)	Kuantitas yang diminta
0	30
10	20
20	10
30	5
40	0

Untuk dapat menjelaskan hukum permintaan maka penjelasannya akan menggunakan sebuah kasus permintaan barang halal dengan beberapa kondisi perubahan pada harga. Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa ketika harga barang adalah nol (gratis) maka konsumsi barang halal tersebut adalah sebesar 30 unit. Dengan harga sebesar 10 maka jumlah barang yang diminta mengalami penurunan menjadi 20 unit. Begitupun seterusnya ketika harga mengalami peningkatan maka jumlah barang halal yang dikonsumsi mengalami penurunan hingga akhirnya pada saat harga sebesar 40 maka tidak ada barang yang dikonsumsi. Informasi yang sama pada Tabel 4.1 tersebut secara grafis disebut sebagai kurva permintaan secara umum yang disajikan pada Gambar 4.5. Pada gambar tersebut terlihat kuantitas barang (q) diukur dengan menggunakan garis horizontal dan harga (P) diukur dengan menggunakan garis vertikal.



Gambar 4.5 Kurva Permintaan Islami

Pada kurva di atas memperlihatkan bahwa pada saat harga tinggi, seorang *Maslahah-oriented Economic Man* mengonsumsi barang lebih rendah. Sedangkan pada harga yang lebih rendah, seorang *maslahah-oriented economic man* akan mengonsumsi barang tersebut lebih banyak. Maka dari itu, terdapat hubungan negatif atau bertolak belakang antara harga dan jumlah barang yang diminta. Secara umum, hal ini menunjukkan hukum permintaan yang selalu memiliki *slope* menurun ke bawah. Pergeseran kuantitas barang sepanjang kurva permintaan tersebut masih terlalu umum karena hanya mengasumsikan bahwa hanya terjadi perubahan pada harga saja, sementara faktor lain dianggap tetap. Maka dari itu, perlu dijelaskan bagaimana faktor-faktor lain terutama tingkat kemashlahatan dalam teori permintaan dapat memberikan pengaruh terhadap pergeseran dari kurva permintaan.

Konsep permintaan dalam ekonomi Islam sangat memperhatikan sifat dari barang yang akan dikonsumsi. Tidak semua barang komoditi dapat digunakan atau dikonsumsi, di mana telah dijelaskan sebelumnya bahwa barang dalam Islam dibagi menjadi barang halal dan barang haram. Allah SWT berfirman:

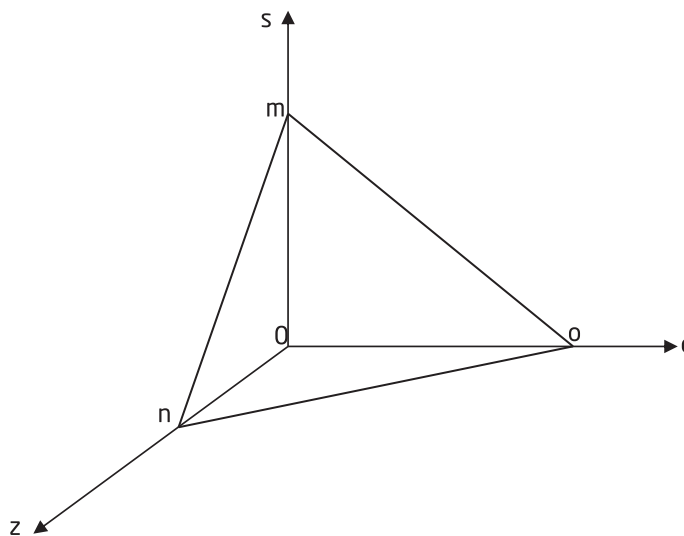
"Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya." QS Al-Maidah: 88.

Konsep mengutamakan halal dan menghindari barang yang haram merupakan keutamaan dari pencapaian kehidupan yang sukses baik di dunia maupun di akhirat. Untuk dapat memahami bagaimana tingkat masalah ini dapat menentukan permintaan suatu barang maka yang harus dipahami adalah kapasitas anggaran dari seorang *Maslahah-oriented Economic Man*. Kapasitas anggaran merupakan akumulatif dari pendapatan (y), asumsi yang berlaku adalah raihan masalah individu bergantung pada bagaimana alokasi individu tersebut mengalokasikan pendapatan/*budget*. *Maslahah-oriented Economic Man* dapat menggunakan kekayaan dan pendapatannya untuk menabung (s), untuk

konsumsi di jalan Allah SWT seperti zakat, infaq dan *shodaqoh* (z), dan untuk pengeluaran barang dan jasa yang tersedia di pasar (c). Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* dengan rasionalnya akan memilih kombinasi dari ketiga aspek tersebut (s, z dan c) untuk memperoleh tingkat masalah yang maksimal. Oleh karena itu, alokasi seorang konsumen terhadap kekayaan dan pendapatannya dapat dituliskan dengan rumus sebagai berikut.

$$y = c + s + z \quad (4.1)$$

Pada persamaan (4.1) di atas menyatakan bahwa alokasi dari kekayaan dan pendapatan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* digunakan untuk c, s dan z, di mana kendala anggaran dari ketiga konsumsi tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.6. Mekanisme dari kurva ini adalah dengan menggabungkan tiga kurva yaitu kurva hubungan antara menabung (s) dengan pengeluaran barang dan jasa (c), kemudian hubungan antara menabung (s) dengan zakat, infaq dan sedekah (z), dan hubungan antara pengeluaran barang dan jasa (c) dengan zakat, infaq dan sedekah (z). Ketiga kurva tersebut akan merepresentasikan bagaimana terbentuknya persamaan 4.1 diatas, dimana pendapatan merupakan penjumlahan dari pengeluaran barang dan jasa, tabungan dan untuk zakat, infaq dan sedekah.



Gambar 4.6 Alokasi Pendapatan Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* Terhadap Tiga Jenis Pengeluaran

Pada Gambar 4.6, sumbu c, s dan z menunjukkan pengeluaran yang digunakan untuk menabung, pengeluaran di jalan Allah SWT dan digunakan untuk membeli barang dan jasa oleh konsumen. Titik m, n dan o merupakan titik yang berpotongan dengan masing-masing sumbu c, s dan z mengindikasikan tingkat maksimum dari setiap jenis pengeluaran tersebut. Pada garis c yang merupakan alokasi pendapatan dari seorang

konsumen untuk membeli barang dan jasa oleh konsumen, dapat diasumsikan sebagai pengeluaran untuk seluruh barang dan jasa. Oleh karena itu, dapat digunakan satu kurva kendala anggaran (a) untuk konsumen yang diturunkan dari kurva di atas agar lebih terlihat sederhana. Maka dari itu, dari kurva di atas dengan 3 sumbu disederhanakan hanya menjadi dua sumbu saja di mana tabungan ditambahkan dengan pengeluaran di jalan Allah SWT. Kurva tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.7 di bawah.

Box 4. Konsep menabung dalam Islam. Asumsi yang digunakan pada aktivitas menabung dalam perspektif Islam adalah bahwa aktivitas menabung (s) ini dari seorang *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki niat atau tujuan untuk investasi atau memberikan kelanjutan pada supply barang yang mana disalurkan oleh perbankan syariah. Jadi, dapat dikatakan bahwa aktivitas menabung disini, bukan termasuk ke dalam aktivitas hording dalam rangka meningkatkan harga. Seperti yang telah dijelaskan dalam beberapa hadits di bawah ini

"Allah memberi rahmat kepada seseorang yang berusaha dengan baik, membelanjakan secara sederhana, dan dapat menyisihkan kelebihan untuk menjaga saat dia miskin dan membutuhkannya." (HR Bukhari dan Muslim)

"Rasulullah menyimpan makanan untuk kebutuhan keluarga selama setahun." (HR Bukhari no 2904 dan Muslim no 1757).

"Simpanlah sebahagian daripada harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu." (HR. Bukhari).

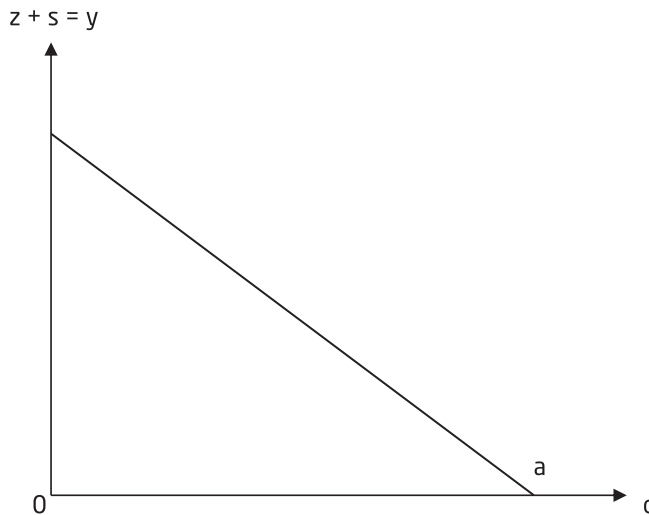
"Sesungguhnya engkau meninggalkan ahli warismu dalam keadaan kaya itu lebih baik daripada engkau meninggalkan mereka dalam keadaan miskin,..." (HR Bukhari Muslim).

Pada hadits di atas menunjukkan bahwa menabung merupakan suatu hal yang dianjurkan oleh Islam, tidak hanya untuk berjaga-jaga dalam memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang namun juga dalam hal ini memberikan kemaslahatan bagi orang banyak. Tabungan yang disimpan di lembaga keuangan Islam akan disalurkan kepada sektor riil, maka kemaslahatan bagi seluruh umat akan tercapai melalui aktivitas ekonomi yang senantiasa berjalan.

Pada kurva pada Gambar 4.7 menunjukkan rencana konsumen untuk memperoleh masalah dari alokasi pendapatannya terhadap konsumsi barang dan jasa. Garis kendala anggaran pada kurva a menghubungkan antara konsumsi di jalan Allah SWT dan tabungan dengan konsumsi barang dan jasa yang tersedia di pasar. Secara matematis hubungan tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$m = f(y) \quad (4.2)$$

Persamaan tersebut mencerminkan kontribusi dari setiap kekayaan dan pendapatan seorang *Maslahah-oriented Economic Man* untuk mencapai kemaslahatan. Hubungan dari fungsi tersebut menunjukkan pengaruh dari setiap variabel (c , s dan z) terhadap tingkat masalah yang akan diperoleh. Selanjutnya, untuk melakukan penurunan kurva permintaan, kemudian tahap selanjutnya adalah menggambarkan bagaimana kurva masalah ini menggunakan dua sumbu. Kedua sumbu tersebut antara lain sumbu untuk pengeluaran di jalan Allah dan tabungan, dan sumbu untuk membeli beberapa barang dan jasa.



Gambar 4.7 Alokasi Pendapatan Seorang *Maslahah-oriented Economic Man*

Analisis selanjutnya adalah untuk menentukan titik keseimbangan dari seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang akan menjelaskan keputusannya untuk mengalokasikan kekayaan dan pendapatannya pada titik masalah yang optimum. Keputusan tersebut terjadi pada titik keseimbangan antara pengeluaran di jalan Allah dan tabungan dengan pengeluaran terhadap barang dan jasa sebagaimana yang dapat dilihat pada Gambar 4.8. Dalam kurva yang akan dijelaskan, unsur utama yang mempengaruhi konsumsi barang dan jasa adalah adanya kewajiban seorang muslim untuk mengeluarkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat. Oleh karena itu, pengeluaran minimum pada kasus ini tidak dimulai dari titik nol. Zakat merupakan elemen penting dalam Islam dan merupakan salah satu rukun Islam yang harus dijalankan oleh setiap Muslim. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Nabi Muhammad SAW dalam haditsnya.

"Islam dibangun atas 5 tiang pokok yakni kesaksian bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad Rasulullah, mendirikan sholat, berpuasa pada bulan Ramadhan, menunaikan zakat, dan naik haji bagi yang mampu." (HR Bukhari)

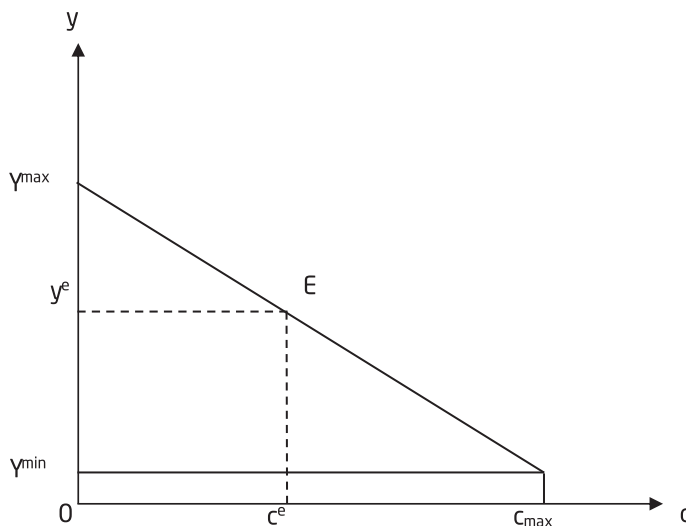
Selain itu, dalam konsep pencapaian kemaslahatan yang maksimal dari seorang individu tidak hanya berorientasi hanya pada kepuasannya saja, namun juga memperhati-

kan sesama manusia. Pemberian zakat ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat fakir dan miskin, serta untuk asnaf lainnya. Rasionalitas Masalah-oriented Economic Man memiliki perspektif bahwa kekayaan dan pendapatan yang dimiliki dalam kehidupan dunia hanyalah karunia dan titipan dari Allah SWT. Ibnu Mas'ud Rahimahullah mengatakan dalam kitab Az-Zuhd yang merupakan karangan dari Imam Ahmad bahwa:

"Semua orang di dunia ini adalah tamu sedangkan harta seluruhnya adalah titipan. Semua tamu pasti pergi, sedangkan barang titipan itu harus dikembalikan kepada pemilik."

Selain itu dijelaskan juga pada sebuah ayat dalam Al-Quran surah Al-Hadid ayat 7 yang berbunyi sebagai berikut.

"Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar." (QS. Al Hadiid: 7)



Gambar 4.8 Preferensi Untuk Optimisasi Masalah

Dari kedua penjelasan di atas menunjukkan bahwa kekayaan dan pendapatan yang dimiliki oleh seorang Muslim hanyalah titipan dan harus digunakan untuk menjadi bekal kehidupan di dunia maupun di akhirat kelak. Oleh karena itu, dalam penjelasan alokasi kekayaan dan pendapatan dari seorang muslim terhadap pengeluarannya dapat dijelaskan oleh kurva pada Gambar 4.8, di mana alokasi pendapatan digunakan secara seimbang antara tabungan, pengeluaran di jalan Allah yaitu pada titik y^e dan terhadap komoditas barang dan jasa pada titik c^e . Pada saat konsumen memilih untuk memaksimalkan

pengeluaran terhadap barang dan jasa pada titik c_{max} , maka pendapatannya tidak habis hanya untuk konsumsi barang dan jasa saja, namun digunakan juga untuk pengeluaran di jalan Allah dalam hal ini adalah zakat dengan alokasi minimum yaitu pada titik Y_{min} .

4.5 Analisis *Inter-temporal* Dalam Islam

Dalam melakukan aktivitas konsumsi, seorang muslim sudah seharusnya berpijak pada prinsip kemaslahatan, salah satunya adalah *sustainability* dan mempersiapkan bekal untuk masa yang akan datang secara berkelanjutan. Seperti yang tertuang dalam salah satu surat dalam Al-Quran yang berbunyi sebagai berikut:

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan." (QS Al Hasyr: 18)

Beberapa ayat dalam Al-Quran menegaskan tentang berjuang untuk kemakmuran bumi, pelarangan kerusakan lingkungan dan kesinambungan generasi di masa depan. Aspek tersebut merupakan turunan dari prinsip rasionalitas seorang Muslim yang mengedepankan kemaslahatan. Norma-norma dan aturan yang terkandung dalam Al-Quran menggarisbawahi bahwa konsumsi dalam perspektif Islam sangat berkaitan dengan komitmen rasional dan moral. Selain itu, dalam kaitannya dengan komitmen dan moral telah menciptakan berbagai alternatif dalam kegiatan konsumsi untuk dapat memanfaatkan dan mengeluarkan kekayaan dengan berlandaskan kepada fondasi nilai keadilan. Konsumsi dalam Islam mencakup kegiatan yang berimplikasi langsung pada saat di dunia dan akhirat, di mana masing-masing memberikan dampak positif bagi seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang mengaplikasikannya dalam kehidupan ini. Berlandaskan pada keimanan kepada Allah SWT, maka hasil pilihan tindakan manusia dalam memutuskan pilihannya untuk mengonsumsi beberapa pilihan barang akan memperoleh pahala di dunia dan di akhirat. Oleh karena itu, utilitas yang didapatkan oleh seorang *Maslahah-oriented Economic Man* merupakan kumulatif pahala dunia dan akhirat.

Selanjutnya, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam menentukan proporsi pengeluarannya untuk masa sekarang dan masa depan atau sering disebut dengan istilah *inter-temporal*. Pertama, seorang *Maslahah-oriented Economic Man* menjalankan segala aspek kehidupannya dengan berorientasi kepada kemaslahatan dan berdasar kepada syariat Islam. Seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan menjalankan syariat Islam yang paling utama yaitu rukun Islam, salah satunya yang berkaitan dengan *hablum minannas* yaitu mengeluarkan zakat. Dengan pemahamannya sebagai seorang Muslim yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang seimbang, maka akan memberikan dorongan untuk mempersiapkan sebagian dari pendapatannya yang akan dialokasikan sebagai zakat. Hal ini sesuai dengan prinsipnya untuk memaksimalkan kemaslahatan yang mana orientasinya tidak hanya pemenuhan kebutuhan pribadinya, melainkan juga kemaslahatan orang lain melalui zakat. Kedua, seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang menjalankan aktivitas ekonominya dengan sistem bagi hasil atau menjalankan sistem ekonomi Islam yang dipengaruhi oleh ekspek-

tasi imbal hasil dikurangi dengan zakat. Ekspektasi imbal hasil akan mempengaruhi proporsi dari konsumsi *inter-temporal* melalui perubahan pendapatan yang terjadi. Misalnya dengan adanya ekspektasi imbal hasil yang meningkat maka akan sejalan dengan peningkatan pendapatannya dan pada akhirnya akan meningkatkan alokasi konsumsi untuk masa yang akan datang. Konsumsi *inter-temporal* dapat dinotasikan sebagai berikut:

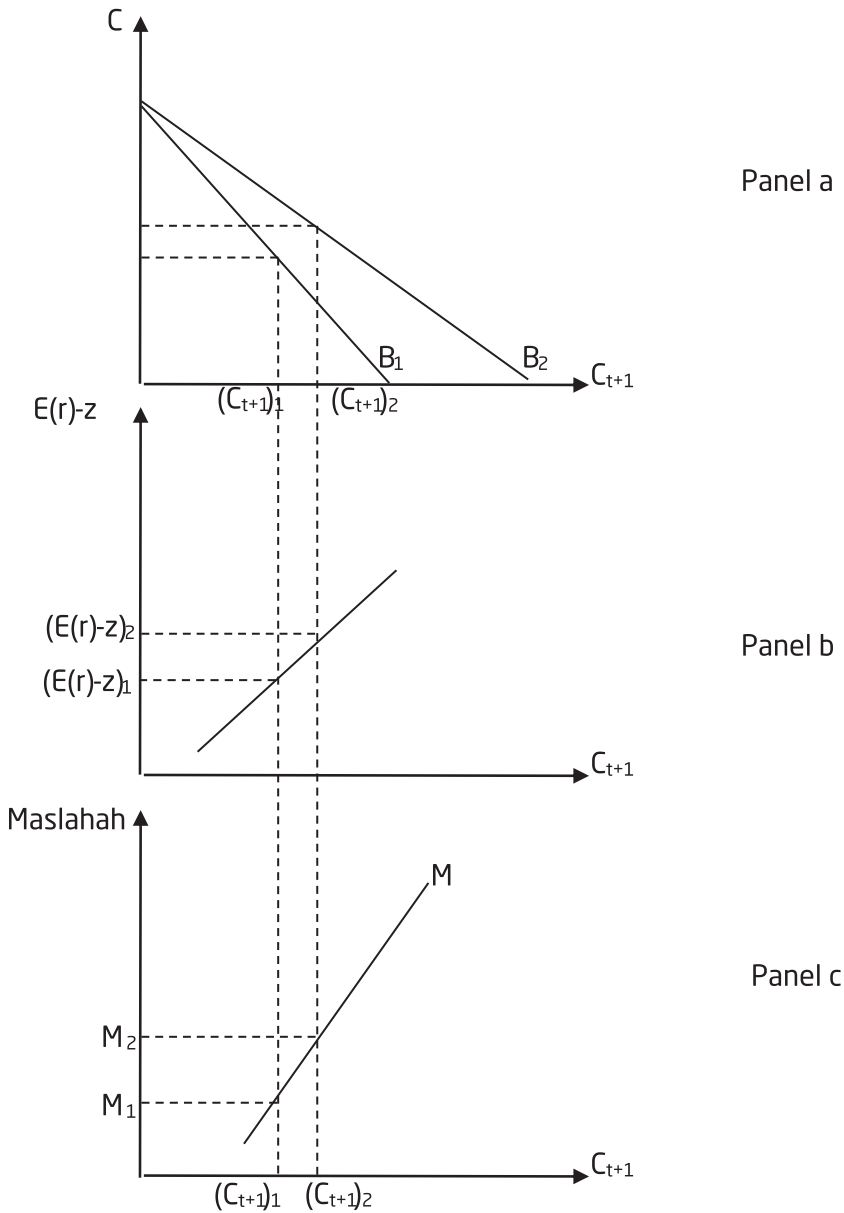
$$C_{t+1} = E(r) - z \quad (4.3)$$

Di mana :

C_{t+1} = konsumsi yang akan datang
 $E(r)$ = ekspektasi imbal hasil
 z = zakat

Dalam Islam, konsumsi *inter-temporal* mengembangkan asumsi-asumsi dan pemikiran bahwa seorang *Maslahah-oriented Economic Man* menjalankan ajaran Islam, di mana zakat merupakan hal yang wajib untuk dilakukan, lahirnya konsep mudharabah dan rasionalitas *Maslahah-oriented Economic Man* yang memaksimalkan kemaslahatan. Dalam implementasinya beberapa aspek tersebut telah memberikan pandangan yang berbeda terkait dengan perilaku konsumen. Dalam kaitannya dengan konsumsi *inter-temporal* elemen tersebut tentu akan memberikan gambaran yang lebih nyata bahwa ajaran Islam sangat diperlukan dalam setiap aspek termasuk ekonomi.

Pada Gambar 4.12 menunjukkan kurva yang hampir sama dengan kurva konsumsi tingkat pertama, ketika ekspektasi imbal hasil (*expected return*) semakin tinggi maka konsumen akan menahan konsumsinya di masa sekarang. Pada kurva tersebut menjelaskan bahwa garis vertikal menunjukkan konsumsi di masa sekarang atau dinotasikan C_t , sementara garis horizontal menunjukkan konsumsi di masa yang datang (C_{t+1}). Pada kurva pertama menunjukkan bahwa ketika ekspektasi imbal hasil (*expected return*) lebih tinggi di masa yang akan datang, maka garis anggaran bergeser dari B1 ke B2. Peningkatan ini menjadikan konsumsi di masa yang akan datang mengalami peningkatan. Semakin tinggi ekspektasi imbal hasil yang dikurangi zakat, maka seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan lebih banyak menahan konsumsi saat ini. Hal ini diinterpretasikan dengan terjadinya peningkatan konsumsi di masa yang akan datang (pada C_{t+1}). Peningkatan konsumsi pada masa yang akan datang mampu memberikan kemaslahatan yang paling tinggi yaitu pada titik M2. Hal ini dikarenakan peningkatan konsumsi pada masa yang akan datang tidak hanya ditujukan pada barang X saja, namun juga terjadi peningkatan konsumsi yang berorientasi pada akhirat yaitu zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Peningkatan konsumsi tersebut telah memberikan dampak kepada peningkatan masalah yang dirasakan oleh seorang *Maslahah-oriented Economic Man*. Sebagaimana prinsip dari seorang muslim, bahwa kegiatan konsumsi di dunia tidak hanya memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan kehidupan duniawi tetapi dalam rangka menyambut kesuksesan hidup di akhirat.



Gambar 4.12 Kurva Preferensi Konsumsi Saat Ini dan Masa Depan

Peningkatan *expected return* $(E(r)-z)_1$ menjadi $(E(r)-z)_2$ yang ditunjukkan pada panel b menyebabkan bergesernya garis anggaran B_1 - B_2 pada panel a dan berdampak meningkatnya konsumsi yang akan datang $(C_{t+1})_1$ menjadi $(C_{t+1})_2$ dan pada akhirnya meningkatkan tingkat masalah M_1 menjadi pada M_2 panel c.

Kesimpulan

Pemahaman teori perilaku konsumen Islam merupakan salah satu kunci untuk memahami permintaan dalam perspektif Islam. Seorang konsumen individu akan menghadapi beberapa kondisi terkait dengan ketersediaan barang dan jasa yang diinginkan. Prinsip prioritas kebutuhan menjadi dasar utama dalam tuntutan Islam. Permintaan Islami mengacu pada konsep permintaan dalam literatur ekonomi secara umum tetapi dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam hukum Islam. Meskipun seorang muslim memiliki banyak pendapatan dan kekayaan, tidak serta merta diperbolehkan menggunakannya untuk membeli barang tanpa aturan Islam. Beberapa situasi yang terjadi di pasar seperti penurunan atau peningkatan harga akan memberikan pengaruh terhadap permintaan barang dengan memegang asumsi bahwa tingkat masalah dari barang tersebut adalah tetap. Dapat dijelaskan bahwa hukum permintaan memiliki slope negatif, yang menandakan kerelaan konsumen muslim untuk mencari barang lain yang memiliki kriteria halal dan baik secara keseluruhan menurut ajaran Islam untuk dikonsumsi dengan harga yang lebih terjangkau. Hubungan antara harga dan barang merupakan inti dari teori permintaan Islami, di mana beberapa kondisi perubahan dalam harga diaplikasikan untuk dapat menjelaskan bagaimana seorang Muslim memberikan perannya terhadap permintaan suatu barang di pasar.

Rangkuman

1. Dalam teori permintaan Islami komoditas barang yang akan dibahas dalam hal ini mengacu kepada hubungan antara dua barang yang memiliki kriteria halal. Selain itu, dalam teori permintaan Islami akan dibahas bagaimana kedua barang tersebut saling berhubungan dalam suatu aktivitas ekonomi, terutama berkaitan dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen
2. Secara garis besar, permintaan Islami mengacu kepada konsep permintaan dalam literatur ekonomi secara umum namun dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam syariat Islam. Oleh karena itu, walaupun seorang muslim memiliki pendapatan dan kekayaan yang banyak tapi tidak serta merta diperbolehkan untuk menggunakannya untuk membeli barang tanpa aturan Islam.
3. Dalam teori permintaan Islami beberapa asumsi yang digunakan untuk menjelaskan kurva permintaan antara lain:
 - a. Dalam kasus permintaan Islami, barang yang digunakan adalah barang normal,
 - b. *Maslahah-oriented Economic Man* akan mengonsumsi produk yang masalahnya lebih tinggi
 - c. Semakin tinggi tingkat masalah suatu barang, semakin diminati oleh konsumen Muslim (*Maslahah-oriented Economic Man*)
4. Untuk dapat memahami konsep permintaan dalam perspektif Islam berdasarkan hukum permintaan, maka digunakan kurva permintaan yang menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan miring ke bawah dari kiri ke kanan dan mengasumsikan rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man* yang merespon perubahan harga.
5. Apabila terjadi peningkatan harga, maka akan mendorong seorang *Maslahah-oriented Economic Man* untuk mencari barang lain yang memiliki kriteria (tingkat

masalah) yang sama, di mana dalam hal ini adalah tingkat kehalalannya dan manfaatnya sebagai pemenuhan kebutuhan.

6. Faktor yang menyebabkan perubahan pendapatan yang pertama adalah dikarenakan adanya penurunan harga suatu barang dan yang kedua disebabkan karena terjadinya penambahan nominal pendapatan itu sendiri. Perubahan pendapatan ini akan memberikan pengaruh positif terhadap konsumsi individu, khususnya meningkatkan potensi belanja amal shaleh, apabila barang yang dikonsumsi adalah barang normal.
7. Dalam melakukan aktivitas konsumsi, seorang muslim sudah seharusnya berpijak pada prinsip kemaslahatan, salah satunya adalah *sustainability* dan mempersiapkan bekal untuk masa yang akan datang secara berkelanjutan. Espektasi return yang tinggi di masa yang akan datang akan mendorong konsumen untuk menahan konsumsi saat ini, dan konsumsi yang akan datang akan mengalami peningkatan.

Pertanyaan

1. Jelaskan hukum permintaan dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Sebagai seorang Muslim yang akan memaksimalkan kemaslahatan dan manfaat dari barang yang dikonsumsi, maka ketika menghadapi perubahan harga baik turun atau naik, maka menurut anda apa yang akan dilakukan seorang *Maslahah-oriented Economic Man*?
3. Berikan contoh kasus dalam hubungan substitusi antara dua barang halal di kehidupan sehari-hari anda.
4. Jelaskan apa yang akan terjadi pada kurva substitusi antara dua barang halal apabila terjadi penurunan harga dengan asumsi *ceteris paribus* dalam Islam.
5. Apabila terjadi penurunan harga pada suatu barang, namun dengan asumsi yang berbeda yaitu tingkat masalah meningkat, maka jelaskan oleh anda bagaimana permintaan pada barang tersebut.
6. Apakah keputusan konsumen akan selalu meningkatkan konsumsi terhadap suatu barang baik dalam memenuhi kebutuhan duniawi maupun ukhrawi apabila terjadi penurunan harga dengan asumsi bahwa tingkat masalah meningkat?
7. Dalam efek pendapatan, jelaskan apa yang akan terjadi bila harga suatu barang mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Siddiqi, M.N. 2000, some aspects of the Islamic Economy, pp. 15, 16
- Chapra, M. U. (2000). The Future of Economics: An Islamic Perspective. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2007). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī'ah (Research Paper). Jeddah: Islamic Research and Training Institute (IRTI)
- Jaser Audah, Al-Maqoshid Untuk Pemula (Yogyakarta: Suka Press, 2013), 116.
- Fahim Khan (2014), The Framework of Islamic Theory of Consumer Behavior
- Khan, Muhammad Akram (2020), Theory of Consumer Behavior: An Islamic Perspective
- Tahir S, Ghazali A & Agil S (1992), Readings in microeconomics : an islamic perspective

BAB 5:

TEORI PERILAKU PRODUSEN

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut:

- Definisi dan Makna Produksi dalam ekonomi Islam
- Konsep Produksi ditinjau dari faktor, proses, dan fungsi Produksi Islam
- Konsep produksi berdasar tipologi manusia

5.1 Definisi dan Makna Produksi dalam Islam

Manusia sebagai produsen merupakan peran yang sangat krusial dalam aktivitas ekonomi seperti halnya peran manusia sebagai konsumen. Perilaku ekonomi meliputi dua sisi utama, yaitu sisi permintaan berupa perilaku konsumsi dan sisi penawaran berupa perilaku produksi. Pada dasarnya individu yang menjadi produsen juga memiliki pedoman dalam berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral dan aturan syariat Islam. Oleh sebab itu, penting bagi pelaku usaha memahami betul tuntunan agama dalam beraktivitas ekonomi, seperti yang dipesankan oleh Rasulullah dalam sabdanya:

“Sungguh, pada hari kiamat nanti para pedagang akan dikumpulkan sebagai orang-orang yang jahat. Kecuali mereka yang bertakwa kepada Allah, berbuat baik, dan jujur.”
(HR. Al-Baihaqi dari sahabat Al-Bara bin Azib)

Sahabat Umar bin Al-Khattab menguatkan apa yang menjadi sabda Rasulullah ini dengan mengatakan:

“Tidak boleh melakukan aktivitas jual beli di pasar kita kecuali seseorang yang telah memahami fikih dalam beragama.”

Secara umum, pengetahuan agama akan memberikan panduan bagi seorang produsen berupa barang seperti apa yang akan mereka produksi, dari mana modal usaha mereka dapatkan, dengan harga berapa barang itu akan mereka jual, proses produksi seperti apa yang akan mereka gunakan dan bagaimana mereka memasarkan barangnya. Dengan demikian, aktivitas produksi yang meliputi kegiatan pengadaan input, proses produksi dan pemasaran produk (output) akan optimal memberikan pemanfaatan bagi masyarakat.

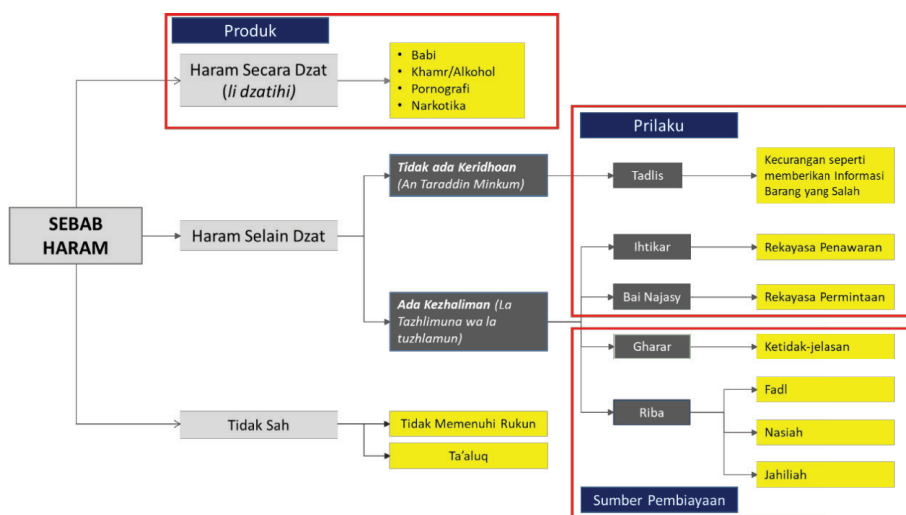
Aktivitas produksi baik barang maupun jasa merupakan aktivitas yang sangat penting, karena dengan adanya produksi maka kebutuhan masyarakat atau permintaan terhadap barang dan jasa dapat terpenuhi. Demikian pula dalam pandangan ekonomi Islam, produksi merupakan kewajiban individu dan masyarakat untuk memenuhinya. Manusia sebagai *homo Islamicus*, memiliki kewajiban sebagai duta Allah SWT di muka bumi untuk

memakmurkan bumi, untuk memproduksi, memenuhi dan menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat.

Produksi dalam ekonomi Islam adalah proses menciptakan, menambah nilai guna atau pemanfaatan barang maupun jasa dengan pemilihan input halal dan thoyib dan penuh keadilan, untuk kesejahteraan umat. Makna definisi ini lebih dalam antara lain pada proses mencipta, atau menambah nilai guna, hal ini adalah bagian dari hak dan kewajiban *Maslahah-oriented economic man* dalam fungsinya sebagai khalifah *fill ardl* dan manusia sebagai hamba Allah SWT, sebagaimana dibahas pada bab sebelumnya.

Berproduksi selain untuk memenuhi kebutuhan sendiri juga untuk kebutuhan orang lain atau kebutuhan yang lebih luas yaitu kebutuhan keummatan, kebutuhan yang dapat menjaga kemandirian umat. Terpenuhinya kebutuhan hidup setiap manusia agar mereka tidak memiliki hambatan ekonomi untuk menunaikan kewajiban ketaatannya (ibadah) pada Allah SWT. Karena ini merupakan misi utama manusia di dunia, yaitu beribadah. Atau dengan kata lain pemenuhan kebutuhan pokok yang cukup akan menghindarkan manusia dari hal-hal yang dilarang, seperti mencari nafkah dengan jalan yang buruk atau bermaksiat. Sementara menjaga pemenuhan kebutuhan keummatan ditujukan agar umat terjaga harga diri dan kehormatannya (*izzah*). Dengan begitu, secara bersama (berjamaah) tidak mudah dipermainkan dan dizhalimi oleh mereka yang bermaksud buruk pada umat.

Untuk menjaga nilai-nilai Islam diatas, maka aktivitas produksi dalam Islam tentu harus mematuhi kaidah-kaidah Islam, baik anjuran moral maupun ketentuan hukum syariatnya. Anjuran moral dalam memberikan pemanfaatan seluas mungkin bagi masyarakat baik sebagai sesama produsen, pekerja maupun sebagai konsumen. Sementara hukum syariat aktivitas produksi harus menghindari produk yang mengandung dzat haram, menghindari sumber pendanaan dari riba/maysir dan menghindari perilaku yang haram seperti memasarkan produk cacat, menimbun barang agar harga naik dan menjaga proses produksi yang tidak mencemari/merusak lingkungan.



Gambar 5.1 Pedoman Kaidah Muamalah: Kriteria Barang dan Transaksi yang Dilarang

5.1.1. Makna Proses Penciptaan

Secara individu atau dalam ruang lingkup mikro ekonomi, proses penciptaan atau produksi merupakan jawaban dari *what*, *how* dan *for whom*. Oleh karena itu dalam proses produksi perlu diketahui, untuk siapa atau pihak mana yang memiliki tanggung jawab untuk mengerjakannya. Menurut Al-Ghazali, proses produksi untuk memenuhi kebutuhan baik barang ataupun jasa dari suatu masyarakat merupakan *fardlu kifayah*. Jadi dalam masyarakat wajib ada pihak yang menciptakan ataupun memproduksi kebutuhan tersebut, sehingga, apabila dalam kehidupan masyarakat sudah ada suatu pihak yang menyediakan kebutuhan tersebut, tidak ada kewajiban dari pihak lainnya untuk memenuhi hal yang sama. Namun sebagai *Maslahah Oriented Economic Man*, umat muslim memiliki kewajiban untuk mengerjakan hal tersebut dengan sungguh-sungguh dan keikhlasan yang tinggi. Selain dimotivasi sebagai kewajiban, individu *maslahah oriented* dimotivasi juga untuk mengoptimalkan pemanfaatan atau *maslahah* yang dia berikan kepada orang lain atau masyarakat. Dengan demikian, ada dan tidaknya peran pemerintah dalam proses produksi, maka kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan sendirinya. Keterlibatan pemerintah dalam proses produksi merupakan kewajiban pemerintah dalam menjamin pemenuhan kebutuhan masyarakat. Jika hal ini sudah disadari oleh setiap muslim yang ada atau setiap individu, maka bisa dikatakan bahwa apa saja yang dibutuhkan oleh setiap golongan masyarakat, baik golongan bawah, mencegah ataupun golongan atas, telah terpenuhi semuanya.

Walaupun terdapat pandangan bahwa produksi untuk pemenuhan permintaan masyarakat adalah *fardhlu kifayah*, namun sebagai individu, maka *Maslahah-oriented Economic Man* berkewajiban memiliki kesadaran yang bersifat '*ain*, bahwa setiap individu harus memiliki kesadaran, semangat, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam

hal ini setiap individu akan memaksimalkan potensi yang dimilikinya untuk melakukan produksi sesuai potensi, bakat yang dimiliki oleh individu tersebut. Jadi hal inilah yang penting diperhatikan dan dilaksanakan pada produksi atau penciptaan dalam ekonomi mikro Islam.

5.1.2 Masalah

Semua yang dilakukan dalam proses produksi oleh produsen harus dapat menciptakan atau bermuatan nilai masalah. Sebaliknya dilarang untuk melakukan proses produksi yang bersifat *mafsadah* atau merusak. Dalam proses tersebut hal yang harus dilakukan ialah memenuhi sifat atau kebutuhan dalam maqashid syariah. Penting dalam proses produksi memperhatikan *ad din, an nafs, al aql, an nashl* dan *al maal*. Produksi dalam ekonomi mikro Islam dapat menambahkan keimanan, ketaatan, manfaat, kemakmuran dan masalah untuk individu dan masyarakat.

Dalam pemenuhan masalah ini perlu adanya prioritas dalam penetapan kebutuhan berdasarkan mana yang bersifat *dharuriyat, hajjiyat* dan *tahsiniyat*. Hal ini sedikit berbeda dengan konsep pemenuhan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Pemenuhan kebutuhan *dharuriyat* bukan hanya kebutuhan sandang, papan dan pangan namun lebih ke dimensi dunia dan akhirat. Seperti kebutuhan tempat ibadah. Jikalau ada sekolah, bukan hanya ada sekolah formal namun juga ada TPA ataupun pembelajaran Al quran. Produksi dalam hal ini diperlukan, bukan hanya melengkapi sandang pangan dan papan saja. Jika kebutuhan *dharuriyat* ini dipenuhi dapat memenuhi kebutuhan hajjiyat dan tahsaniyatnya.

Selain itu, peran individu *masalah oriented* dalam aktivitas produksi digerakkan oleh motivasi maksimalisasi pemanfaatan atau kemaslahatan yang dapat diberikannya sebagai produsen, seperti memberikan lowongan kerja atau sumber nafkah bagi mereka yang membutuhkan, menyediakan barang yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat khususnya kelompok duafa dan melakukan proses produksi yang menjaga kelestarian alam dan sosial sehingga aktivitas ekonomi terjaga kelanjutannya (sustainability) bagi generasi masa yang akan datang. Upaya maksimalisasi pemanfaatan atau kemaslahatan sebagai produsen ini, dalam bahasan ekonomi mikro sepatutnya tergambar juga pada keputusan atau strategi penentuan harga atau jumlah barang yang diproduksi. Penentuan harga oleh produsen akan sangat dipengaruhi oleh motivasi agar sebanyak mungkin konsumen dapat terpenuhi kebutuhannya.

5.1.3 Halal dan Thoyib

Pada aktivitas produksi di khasanah ekonomi mikro Islam, terdapat perintah untuk mencari sumber-sumber yang halal dan baik untuk diproduksi menjadi output serta memanfaatkan output produksi pada jalan kebaikan dan tidak menzalimi pihak lain. Aktivitas produksi sepatutnya menghindari apa-apa yang dilarang oleh Islam terkait entitas (dzat) produk, modal usaha, proses produksi dan pemasaran produk, seperti yang dijelaskan dalam gambar 5.1. Dengan demikian, konsep produk halal dan thayyib yang menjadi isu penting dalam aktivitas produksi, adalah produk yang bebas dari dzat yang diharam-

kan oleh syariat agama, sumber modal usaha yang bebas dari riba, proses produksi yang menghindari kerusakan alam dan pemasaran yang menghindari perbuatan curang, zalim dan gharar. Jadi dalam penetapan *what*, *how* dan *for whom*, wajib ditetapkan bahwa produk barang dan jasa tersebut adalah halal dan thayyib. Sesuai dengan yang dijelaskan dalam Al Quran Surat Al Baqarah 168

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

Juga hadits yang diriwayatkan oleh HR. Al-Bukhari *"Dari Nu'man ibn Basyir r.a., katanya, Nabi SAW bersabda "yang halal itu jelas dan yang haram juga jelas dan diantara keduanya adalah perkara yang samar-samar (subhat). Maka barangsiapa yang meninggalkan sesuatu dosa yang samar, maka pada dosa yang jelas akan lebih meninggalkannya. Barangsiapa yang jatuh pada suatu dosa yang diragukan, maka lebih dekat terjatuh pada dosa yang lebih jelas. Maksiat itu pantangan Allah, barangsiapa mengelilingi sekitar pantangan itu, maka bisa jadi ia jatuh ke dalamnya."*

Firman Allah SWT dalam QS Al Baqarah ayat 168 menjelaskan bahwa produksi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal, namun juga aspek kebaikan yang ada di dalam produksi barang dan jasa tersebut. Misalnya produk makanan yang halal namun juga baik untuk kesehatan, yakni produksi makanan yang halal dan tidak mengandung lemak berlebih atau tidak mengandung pemanis buatan yang dapat menimbulkan penyakit. Selain itu, termasuk di dalamnya adalah proses produksi barang dan jasa yang tidak meninggalkan limbah yang mengakibatkan kerusakan lingkungan dan membahayakan kehidupan manusia.

Prinsip halal dan thayyibah itu terkonotasi pada kepatuhan pada prinsip syariah yang menyebutkan menghindari aktivitas konsumsi atau produksi atas barang atau produk yang mengandung dzat haram atau sia-sia atau berlebihan. Sementara aktivitas produsen menjalankan usaha yang menghindari kezhaliman seperti menumpuk barang agar harga naik (*Ihtikar*), curang (*tadlis*), proses produksi yang menghasilkan limbah yang mencemari lingkungan, menggunakan faktor produksi atau bahan mentah yang merusak alam dan sejenisnya merupakan klasifikasi etika bisnis syariah atau perilaku bisnis syariah atau *islamic business conduct*.

Dalam proses produksi ekonomi mikro Islam dilarang melakukan kezhaliman, seperti praktik monopoli yang merugikan kepada pihak lain, baik dari proses pengambilan input hingga proses distribusinya. Dilarang memonopoli sumber daya ataupun faktor produksi yang kemudian membuat pihak lain dirugikan dengan tingkat harga ditetapkan sesukanya. Begitu pula dalam proses distribusi, tidak boleh menguasai daerah tertentu untuk mendistribusikan produk kita, dengan menghalangi pihak lain untuk memasarkan produk mereka.

Islam menjaga pasar bebas di mana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada

yang didzalimi (Karim, 2015:219). Namun pada kenyataannya situasi pasar yang adil atau yang digambarkan Ibn Taimiyah seringkali tidak tercapai karena adanya gangguan atau ketidaksempurnaan pada mekanisme pasar yang ada, baik akibat bencana atau karena ulah pelaku-pelaku ekonomi di dalam pasar.

5.2 Faktor Produksi

5.2.1 Manusia (Sumber Daya Insani)

Selain perannya sebagai produsen, manusia juga berperan sebagai tenaga kerja yang merupakan elemen penting dalam aktivitas produksi. Kekayaan suatu Negara tidak dapat dimanfaatkan, kecuali digali dan dijadikan sesuatu yang lebih berguna dan produktif oleh tenaga kerja. Alam, bisa jadi sangat berlimpah dan menyediakan sumber daya yang tidak terbatas untuk suatu Negara tetapi tanpa kerja manusia semuanya tidak akan terolah dan tidak dapat diambil manfaatnya. Tenaga kerja atau sumber daya manusia sebagai faktor produksi mempunyai arti yang sangat besar, karena kekayaan alam tidak akan berguna bila tidak dikelola oleh manusia. Oleh karena itu setiap perusahaan seharusnya sangat memperhatikan sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi.

Islam menghargai nilai tenaga kerja dan memerintahkan orang bekerja untuk mencapai penghidupan yang layak dan menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan manusia, maupun amal yang bersifat ibadah semata-mata karena Allah SWT. Tenaga kerja dalam Islam, tidak pernah terpisahkan dari kehidupan moral dan sosial, karena relasi dan tingkah laku pekerja dan majikan berakar pada syariat. Mereka yang mempekerjakan buruh mempunyai tanggung jawab moral dan sosial. Tenaga kerja tidak diperbolehkan melakukan pekerjaan yang tidak diinginkan syari'at. Pekerja dan majikan juga tidak boleh saling memeras, sebagaimana dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Ahqaf ayat 19,

"Dan bagi masing-masing mereka mendapatkan derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan."

Manusia sebagai sumber daya insani diharapkan memiliki sifat-sifat yang telah diteladani oleh Rasulullah SAW, yaitu *Shiddiq* (benar dan jujur), *Amanah* (jujur/terpercaya, bertanggung jawab), *Fathanah* (cerdas) dan *Tabligh* (transparan). Karakteristik ini akan melahirkan sumber daya insani yang *kafa'ah* (profesional), *amanah* (terpercaya) dan *himmatul amal* (motivasi kerja). Dalam menciptakan sumber daya insani di atas maka dapat dibentuk melalui pembinaan *syakhshiyah Islamiyyah* atau kepribadian Islam, pembinaan *skill* atau keahlian dan keterampilan dan pembinaan kepemimpinan. Contohnya pada pekerjaan sebagai buruh, maka seorang buruh sebagai tenaga kerja dalam sumber daya insani, pada saat mereka bekerja tidak hanya menuntut upah yang besar, namun mereka akan rela bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Sampai saat ini, dari diskursus ekonomi Islam belum disepakati posisi sumber daya manusia dan indikator kinerja serta ukuran reward-nya dalam khasanah teori produksi

Islam, namun setidaknya perlu digambarkan bahwa manusia sebagai bagian dari “faktor produksi” memiliki posisi yang unik dalam ekonomi Islam. Manusia sebagai pekerja dilihat dari beberapa sudut pandang, bukan hanya dari sisi ekonominya saja berupa kontribusi kerja dan ukuran upahnya, tetapi juga dari sisi moralnya bahwa manusia sebagai objek utama yang perlu dijaga keimanannya dan sebagai ladang menebar pemanfaatan. Dalam filosofi Islam, pegawai atau buruh bukan hanya sebagai alat produksi, tetapi menjadi saksi kemaslahatan dari seorang produsen sehingga harus diperlakukan dengan baik, dimana tidak sama posisinya dengan mesin pabrik. Pekerja atau buruh adalah mitra amal shaleh, sehingga sedapat mungkin memenuhi hak-haknya dan menjauhi tindakan zhalim terhadap mereka.

Faktor produksi, seperti pekerja harus bebas dari unsur eksploitasi atau kezhaliman, misalnya membayar upah yang jumlahnya tidak layak atau waktu pembayarannya yang terlalu lama. Sektor produksi perlu memiliki ukuran yang tepat untuk upah yang layak. Tingkat upah pekerja dalam Islam pada dasarnya dapat dikaitkan dengan sistem zakat dimana lembaga pengelola zakat mendistribusikan zakat menggunakan ukuran *had kifayah*, yaitu ukuran pendapatan bagi seseorang atau keluarga agar dapat memenuhi kebutuhan pokoknya. Artinya distribusi zakat kepada seorang mustahik haruslah senilai atau sesuai dengan kebutuhan pokoknya. Dengan demikian, sepatutnya besaran upah pekerja nilainya lebih besar dari *had kifayah* atau tingkat distribusi zakat kepada mustahik, karena logikanya menjadi seorang pekerja akan lebih mendapatkan insentif yang lebih dibandingkan menjadi mustahik. Dengan begitu, tingkat upah yang lebih besar dari *had kifayah* akan menjaga kelayakan upah tersebut bagi seorang pekerja.

Selain pembahasan posisi pekerja dalam suatu aktivitas produksi, pekerja itu sendiri menjadi perhatian bagi produsen, karena menjadi indikator dari pemanfaatan pelaku-pelaku usaha sebagai produsen. Karena pemanfaatan pelaku usaha (sebagai produsen) dapat juga diukur dari berapa banyak orang yang mereka berikan kesempatan untuk mendapatkan sumber nafkah sebagai pekerja. Hal ini menjadi penting dipahami, agar siapapun yang berposisi sebagai produsen mengetahui dengan baik bagaimana menjadi produsen yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan prinsip syariat Islam.

5.2.2 Faktor-faktor produksi yang menjaga pelestarian alam

a. Tanah

Tanah sebagai faktor produksi mencakup semua sumber daya alam yang digunakan dalam proses produksi, baik yang ada di atas permukaan bumi maupun yang terkandung dalam bumi itu sendiri. Marshall (2013) dalam mendefinisikan tanah sebagai material dan kekuatan yang diberikan oleh alam secara non ekonomis untuk membantu manusia, termasuk tanaman dan air, udara, cahaya dan panas. Ekonomi Islam mengakui tanah sebagai faktor ekonomi untuk dimanfaatkan secara maksimal demi mencapai kesejahteraan ekonomi sesuai dengan ketentuan syariat.

Islam mengakui adanya kepemilikan atas sumber daya alam yang ada dengan selalu mengupayakan pemanfaatan dan pemeliharaan yang baik atas sumber daya alam

sebagai salah satu faktor produksi. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi dorongan kepada seseorang dalam mengembangkan (mengelola) tanah. Islam juga membolehkan pemilik tanah menggunakan sumber-sumber alam yang lain yang ada pada tanah yang dikelolanya sebagai bahan produksi. Sebagaimana dalam al-Qur'an Surat Hud: 61 menjelaskan bahwa,

"Dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertaubatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)"

Pemanfaatan dan pemeliharaan tanah sebagai faktor produksi dan sebagai sumber alam dalam kerangka suatu masyarakat ekonomi Islam antara lain :

- 1) Tanah sebagai sumber daya alam adalah seluruh sumber daya alam yang dapat dikelola dan diambil manfaatnya bagi setiap manusia, serta dapat memperoleh hak milik atas sumber-sumber daya alam setelah memenuhi kewajibannya terhadap masyarakat. Penggunaan dan pemeliharaan sumber-sumber daya alam itu dapat menimbulkan dua komponen penghasilan, yaitu *pertama*, penghasilan dari sumber-sumber daya alam sendiri (yakni sewa ekonomis murni) dan *kedua*, penghasilan dari perbaikan dalam penggunaan sumber-sumber daya alam melalui kerja manusia dan modal. Sekalipun sewa ekonomis murni itu harus dibagi sama rata oleh semua anggota masyarakat, seseorang berhak untuk mendapatkan imbalan yang pantas untuk usaha-usaha manusiawinya (yakni upah dan laba). Karena itu sangatlah penting untuk memisahkan penghasilan ekonomi murni dari imbalan bagi faktor-faktor lain yang memerlukan penggunaan sumber daya alam.
- 2) Tanah sebagai sumber daya yang dapat habis, maksudnya adalah menurut pandangan Islam sumber daya yang dapat habis adalah milik generasi kini maupun generasi-generasi yang akan datang. Generasi kini tidak berhak untuk menyalahgunakan sumber-sumber daya yang dapat habis sehingga menimbulkan bahaya bagi generasi yang akan datang.

Lebih lanjut, M.A. Mannan (1997) melontarkan kebijakan pedoman dalam mengelola tanah sebagai sumber daya, yaitu

- 1) Pembangunan pertanian pada Negara muslim dapat ditingkatkan melalui metode penanaman intensif dan ekstensif jika dilengkapi dengan suatu pendidikan moral berdasarkan ajaran Islam.
- 2) Penghasilan yang diperoleh dari penggunaan sumber daya yang dapat habis harus lebih digunakan untuk pembangunan lembaga-lembaga sosial (seperti universitas, rumah sakit) dan untuk infrastruktur fisik daripada konsumsi sekarang ini.
- 3) Sewa ekonomis murni tidak boleh lebih digunakan untuk memenuhi tingkat pengeluaran konsumsi sekarang ini.

b. Modal

Menurut Ahmad Ibrahim, modal adalah kekayaan yang memberikan penghasilan kepada pemiliknya, atau kekayaan yang menghasilkan suatu hasil yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan lainnya. Sementara itu, Afzalur Rahman (1995) menyatakan bahwa modal merupakan hasil kerja apabila pendapatan melebihi pengeluaran, sehingga faktor utama pengumpulan modal adalah peningkatan pendapatan. Menurut sistem ekonomi kapitalis, modal bisa dimiliki tiap individu maupun umum, sedang dalam sistem ekonomi sosialis adalah hak milik semua orang. Namun Islam mengajarkan bahwa modal (sebagai hak milik) adalah amanah dari Allah yang wajib dikelola secara baik. Manusia hanya diamanahi Allah untuk mengelola harta (modal) sehingga berkembang. Islam memiliki aturan terhadap perlakuan modal sebagai salah satu faktor produksi, yaitu:

- 1) Islam melarang penimbunan dan menyuruh membelanjakannya, dan menyuruh segera memutar harta yang belum produktif, agar tetap pada posisi nisab dan haul.
- 2) Islam mengizinkan hak milik atas modal, dan mengajarkan untuk berusaha dengan cara-cara lain agar modal tidak berpusat hanya pada beberapa tangan saja.
- 3) Islam mengharamkan peminjaman modal dengan cara menarik bunga.
- 4) Islam mengharamkan penguasaan dan pemilikan modal selain dengan cara-cara yang diizinkan secara syariah, seperti: kerja, hasil akad jual-beli, hasil pemberian, wasiat, dan waris.
- 5) Islam mewajibkan zakat atas harta simpanan atau harta produktif dalam bentuk dagang tiap tahunnya.
- 6) Tidak boleh menggunakan modal dalam produksi secara boros.

Sistem ekonomi Islam yang bebas bunga tidak memperkenankan memainkan pengaruhnya yang merugikan pekerja, produksi, dan distribusi, sehingga dalam ekonomi Islam, modal memiliki tempat yang khusus. Dalam hal ini kita cenderung menganggap modal sebagai sarana produksi yang menghasilkan. Modal yang digunakan oleh perusahaan atau produsen untuk membeli mesin pabrik atau membayar biaya produksi sepatutnya bersumber dari pembiayaan yang tidak mengandung riba atau gharar. Hal ini penting agar penjagaan prinsip kehalalan diproduksi tidak hanya fokus pada output akhir berupa barang atau jasa, tetapi juga mengupayakan sumber pembiayaan berasal dari sumber atau kontrak keuangan yang diharamkan oleh Islam.

c. Manajemen (Organisasi)

Manajemen merupakan pengelolaan segala unsur produksi dalam suatu usaha produksi, baik industri, pertanian, perdagangan, dengan tujuan agar mendapatkan laba secara terus-menerus dengan memfungsikan dan menyusun unsur-unsur tersebut serta menentukan ukuran seperlunya dari tiap unsur itu dalam perusahaan. Manajemen adalah upaya sejak mulai timbulnya ide usaha dan barang apa yang ingin diproduksi, berapa dan kualitasnya bagaimana dalam pemikiran manajer. Selain itu, Afzalur Rahman (1995) juga menyatakan bahwa dalam industri modern, organisasi

memainkan peranan yang sangat berarti dan dianggap sebagai faktor produksi yang paling penting.

Islam memberikan anjuran dalam melakukan manajemen dan mengharuskan manajer mengikuti jalan keadilan dan menjauhi jalan yang membahayakan masyarakat. Dengan demikian, dilarang memproduksi barang dan jasa yang haram. Namun Islam memperbolehkan mengambil keuntungan dengan menekankan manajemen, perhitungan dan mencari keuntungan berdasarkan asas sama-sama mengalami untung dan rugi.

Menurut M.A. Mannan, ciri-ciri khusus organisasi Islam, yaitu:

- 1) Ekonomi Islam pada hakekatnya lebih menganjurkan aktivitas usaha berbasis bagi hasil (ekuiti) daripada pinjaman. Para manajer cenderung mengelola perusahaan dengan berbagi dividen kepada para pemegang saham atau berbagi keuntungan di antara mitra usaha.
- 2) Pengertian keuntungan biasa mempunyai arti yang lebih luas dalam kerangka ekonomi Islam karena tidak dikenalkan bunga pada modal. Modal manusia yang diberikan manajer harus diintegrasikan dengan modal berbentuk uang, sehingga terjadi perpaduan penanaman modal dan usahawan di mana keuntungan menjadi urusan bersama.
- 3) Sifat terpadu organisasi ini menuntut integritas moral, ketepatan, dan kejujuran dalam akuntansi mungkin lebih dibutuhkan daripada organisasi sekuler manapun, yang para pemilik modalnya mungkin bukan merupakan bagian dari manajemen. Islam menekankan kejujuran, ketepatan, kesungguhan dalam urusan perdagangan karena mengurangi biaya penyediaan (supervisi) dan pengawasan.
- 4) Faktor manusia dalam produksi dan strategi usaha barangkali mempunyai signifikansi lebih diakui dibandingkan dengan strategi manajemen lainnya yang didasarkan pada memaksimalkan keuntungan atau penjualan.

5.3 Proses Produksi

Secara umum Islam memberikan panduan agar proses produksi tidak terdapat unsur yang dilarang oleh syariat, seperti mengeksploitasi pekerja, proses pengadaan dan pengolahan bahan mentah hingga menjadi produk akhir yang merusak lingkungan dan menggunakan sumber permodalan dari aktivitas keuangan yang mengandung riba.

a. *Labour Intensive* (Padat Karya)

Padat karya (*labor intensive*) mengacu pada industri atau proses produksi di mana memiliki rasio biaya tenaga kerja per unit output yang lebih tinggi dibandingkan dengan rasio modal per unit output. Tingkat intensitas tenaga kerja biasanya diukur sebagai proporsi biaya tenaga kerja terhadap total biaya produksi. Semakin tinggi biaya tenaga kerja, semakin intensif prosesnya. Pertanian, beberapa industri manufaktur, konstruksi, dan pertambangan batu bara adalah contoh dari industri padat karya. Karakteristik program padat karya (*labor intensive*) dalam proses produksi di antaranya adalah :

- 1) Proporsi biaya tenaga kerja per unit output yang tinggi. Produksi barang dan

jasa membutuhkan tenaga kerja dan modal dalam jumlah yang bervariasi, bergantung pada produk. Jika biaya tenaga kerja melebihi biaya modal, ini menunjukkan bahwa proses produksinya memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak. Semakin tinggi proporsi biaya tenaga kerja yang dibutuhkan, semakin banyak bisnis padat karya.

- 2) Industri atau proses produksi membutuhkan usaha fisik dalam jumlah besar untuk menyelesaikan tugas yang diperlukan. Biaya yang terkait dengan personel yang diperlukan lebih besar daripada biaya modal.
- 3) Banyak pekerjaan yang membutuhkan tingkat keterampilan atau pendidikan yang rendah. Meskipun demikian, ini tidak berlaku untuk semua pekerjaan padat karya.

b. Potensi Lokal

Pertumbuhan ekonomi dan prosesnya merupakan kondisi utama bagi kelangsungan pembangunan ekonomi daerah. Perekonomian suatu negara bisa dikatakan berhasil apabila kegiatan ekonominya lebih tinggi daripada yang dicapai pada masa sebelumnya, serta menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah. Untuk meningkatkan proses produksi pelaku ekonomi dapat mengembangkan potensi lokal yang dimiliki. Dalam pengembangan ekonomi, pemerintah daerah berperan dalam meningkatkan taraf hidup kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu perlu dilakukan pemetaan potensi ekonomi lokal.

Pemetaan potensi ekonomi lokal perlu dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi yang ada di daerah tersebut dan sumber daya manusia yang dimiliki. Dengan mengetahui potensi lokal, maka ekonomi dan sumber daya manusia dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan perekonomian daerah. Maksud dari mengetahui potensi ekonomi lokal adalah dengan mengidentifikasi potensi ekonomi sektoral, sehingga dapat dengan mudah dimanfaatkan dalam pembangunan masing-masing sektor.

Dalam proses produksi barang dan jasa dalam perspektif ekonomi mikro, strategi dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal juga diperlukan. Strategi merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai kondisi yang diinginkan dimasa yang akan datang berdasarkan pertimbangan pada kondisi saat ini, adapun strategi-strategi yang dapat diterapkan adalah:

- 1) Peningkatan kualitas produksi.
Dalam kegiatan proses produksi, meningkatkan kualitas produk yang berawal dari kualitas bahan baku sangat penting dilakukan. Hal ini disebabkan karena untuk meningkatkan persaingan pasar dan memenuhi permintaan konsumen tentang kualitas dan barang yang semakin banyak. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan kualitas dan kuantitas produksi dalam proses pengembangan potensi lokal.
- 2) Pembentukan lembaga riset.

Untuk meningkatkan kualitas dan hasil produksi, misalnya dalam produksi bidang pertanian, petani membutuhkan bibit yang unggul. Seperti yang diketahui selama ini, mayoritas petani membeli bibit unggul dari luar daerah, sehingga petani tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk menciptakan bibit unggul. Oleh karena itu, diperlukan lembaga riset untuk membantu petani dalam menciptakan bibit unggul guna meningkatkan kualitas produksi.

- 3) Memperbanyak inovasi produk turunan.
Kelemahan yang dimiliki banyak daerah di Indonesia adalah petani belum mampu mengolah komoditas utama menjadi produk turunan, sehingga petani tidak dapat memaksimalkan keuntungan secara maksimal. Oleh karena itu, sangat perlu memperbanyak inovasi untuk produk turunan unggulan.
- 4) Penguatan promosi penjualan.
Untuk mempertahankan nama penjualan terhadap produk yang dipasarkan, maka diperlukan penguatan promosi penjualan. Promosi ini dapat dilakukan dengan memberi label pada produk lokalnya, atau dapat mengenalkan produk-produk pada acara-acara kedaerahan seperti festival dan lain-lain.
- 5) Pengembangan teknologi.
Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, juga membuat perkembangan ekonomi lokal diwarnai dengan teknologi yang berkembang. Dengan mengembangkan teknologi, akan mempermudah dan mengefisienkan produksi lokal dengan waktu yang lebih efektif.

Terdapat prinsip pelarangan melakukan proses produksi yang merusak lingkungan dan dampaknya bagi ekonomi. Prinsip ini sejalan dengan pelarangan memproduksi produk yang memiliki dampak negatif bagi konsumen, seperti minuman beralkohol, narkoba, rokok dan produk-produk sejenis. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip syariah di sektor produksi pada dasarnya untuk menjaga keharmonisan atau menghindari konflik (*mudharat*) yang muncul, baik di lingkungan antara manusia dan di lingkungan alam. Penjagaan proses produksi yang menghindari aktivitas yang merusak atau mencemari lingkungan alam, menunjukkan bahwa praktik ekonomi Islam khususnya di sektor produksi akan sangat sejalan dengan isu green economy atau sustainable development (ESG/SDG) yang saat ini hangat dibicarakan dan menjadi perhatian dalam pembangunan ekonomi.

5.4 Produksi Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Mewah

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa produksi merupakan kewajiban *fardlu/fardhu kifayah* yang bertujuan menciptakan kesejahteraan dalam kehidupan manusia. Kesejahteraan dapat dicapai melalui pemenuhan 3 hal dalam tingkatan berikut yaitu:

1. *Necessity* (Kebutuhan)
Kebutuhan merupakan semua yang penting bagi keberlangsungan hidup manusia yang terdiri dari 5 fondasi dalam kehidupan yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan kekayaan. Kelima hal tersebut merupakan kebutuhan pokok manusia.

2. *Conveniences* (Kenyamanan)
Pemenuhan barang yang tidak vital dibandingkan dengan 5 hal sebelumnya namun dapat meringankan kesulitan yang dihadapi manusia dalam menjalani kehidupan
3. *Refinement* (Penyempurnaan)
Pemenuhan barang yang dapat melampaui kenyamanan dimana berfungsi untuk melengkapi dalam kehidupan.

Dapat terlihat jelas bahwa dari hierarki tersebut kebutuhan (*necessity*) memiliki maslahat yang lebih besar daripada *conveniences* dan *refinement*. Dalam konteks seorang produsen muslim tentunya ketika memutuskan untuk melakukan proses produksi yang bertanggung jawab kepada Allah SWT akan selalu didasarkan pada kemaslahatan sehingga akan mempertimbangkan hierarki dalam pemenuhan kesejahteraan tersebut. Prioritas dalam produksi oleh produsen muslim adalah pemenuhan barang-barang kebutuhan pokok (*basic needs*) yang lebih besar, sehingga produksinya (output Q) akan lebih besar daripada barang-barang mewah yang masuk kategori *refinement*.

5.5 Fungsi Produksi

Pada dasarnya produksi lahir dikarenakan adanya interaksi antara manusia dan alam. Allah SWT telah menciptakan manusia sebagai *khalifah* di bumi. Tanggung jawab manusia sebagai wakil Allah adalah mengelola alam semesta yang telah disediakan oleh Allah secara efisien dan optimal dalam rangka menciptakan kemaslahatan.

Produksi dapat digambarkan dalam grafik fungsi yang menunjukkan hubungan antara jumlah input (faktor produksi) dan output (barang dan jasa) yang dihasilkan pada periode tertentu.

5.5.1 Fungsi produksi pada satu input variabel secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Q = f(X)$$

Di mana :

X : menggambarkan satu input

Q : memiliki arti jumlah output yang dihasilkan.

5.5.2 Fungsi produksi pada input lebih dari satu secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Q = f(X_{a1}, X_{b1}, X_{c1}, \dots, X_n)$$

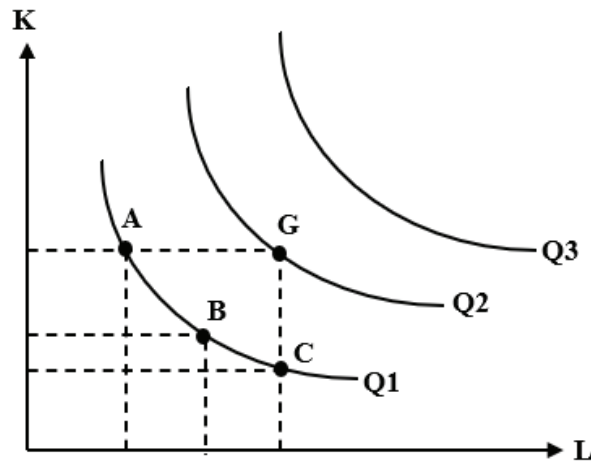
Di mana :

$X_{a1}, X_{b1}, X_{c1}, \dots, X_n$: menggambarkan kombinasi input

Q : memiliki arti jumlah output yang dihasilkan.

Input harus ada dalam proses produksi meskipun tidak semua input akan memberikan kontribusi yang sama, misalnya input modal diasumsikan tetap dalam jangka pendek namun berbeda dengan sumber daya manusia yang dapat berubah-ubah dalam jangka pendek. Prinsip dari produksi pada umumnya adalah bagaimana produksi dapat berjalan sehingga mampu mencapai tingkat yang paling maksimum dan efisien dengan maksimalisasi output dengan penggunaan input yang tetap atau minimalisasi input untuk mencapai tingkat output yang sama. Secara sederhana, fungsi produksi hanya bergantung pada dua input yaitu modal (K) dan tenaga kerja (L), di mana jumlah maksimal produksi barang Q dapat ditentukan dari penggunaan berbagai alternatif kombinasi input modal (K) dan tenaga kerja (L).

Kurva yang menggambarkan kombinasi dari 2 macam input yang digunakan untuk menghasilkan output yang sama disebut kurva *isoquant*. Input modal digambarkan sebagai sumbu vertikal sedangkan input tenaga kerja digambarkan dalam sumbu horizontal sebagai berikut:



Gambar 5.1. Kurva *Isoquant* dengan variabel modal dan tenaga kerja

Berdasarkan pada gambar 5.1, nampak bahwa dari kurva $Q1$, $Q2$, dan $Q3$ menunjukkan semakin jauh kurva dari titik origin (titik O), maka semakin banyak kuantitas output yang dihasilkan. Titik A , B , dan C pada kurva $Q1$ menunjukkan kombinasi modal dan tenaga kerja yang berbeda-beda pada tingkat output yang sama. Konsep produksi dalam Islam lebih mengarah pada produksi yang berorientasi distribusi, artinya lebih kepada *labor intensive* atau penggunaan tenaga kerja, apalagi apabila di suatu daerah penganggurannya masih tinggi, maka mengajak mereka, terutama saudara-saudara yang belum bekerja terlibat dalam proses produksi, hal itu lebih utama dilakukan, tentunya dalam penghitungan di mana firm masih mendapatkan laba.

Dalam konsep fungsi produksi dikenal 3 istilah yang sering dibahas yaitu Produk Total, Produk Marginal, dan Produk Rata-Rata.

1. Produk Total

Produk total merupakan jumlah keseluruhan atau total produksi yang dihasilkan pada waktu tertentu. Produk total dapat berubah-ubah didasarkan pada penggunaan faktor produksi. Misalnya ketika memproduksi pakaian sebanyak 4 tenaga kerja maka akan menghasilkan 15 pakaian. Ketika tenaga kerja bertambah menjadi 6 tenaga kerja maka menghasilkan 20 pakaian.

2. Produk Marginal (MP)

Produk marginal merupakan tambahan produksi yang diakibatkan tambahan 1 unit tenaga kerja. Apabila dirumuskan, produk marginal (MP) merupakan turunan pertama dari fungsi total produksi.

Contoh:

Diketahui fungsi produksi: $Q = 14X + 10X^2 - X^3$

$$MP = \frac{\Delta Q}{\Delta X} = Q'$$

$$MP = 14 + 20X - 3X^2$$

3. Produk Rata-Rata

Produk rata-rata merupakan produksi yang secara rata-rata dihasilkan oleh setiap penggunaan input. Produksi rata-rata (AP) dapat dihitung dengan membagi total produksi dengan jumlah input, misalnya tenaga kerja. Contoh perhitungan sebagai berikut.

Diketahui fungsi produksi: $Q = 14X + 10X^2 - X^3$

$$AP = \frac{Q}{X}$$

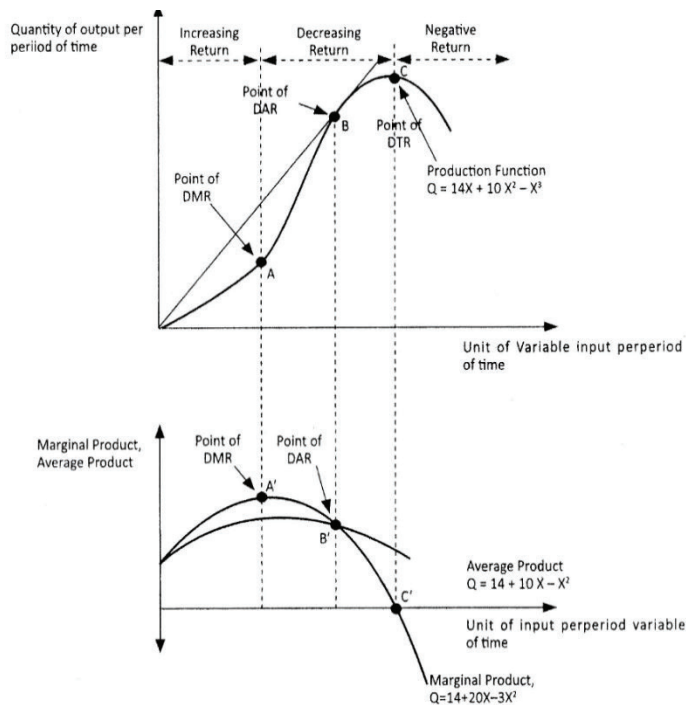
$$AP = 14 + 10X - X^2$$

Tabel 5.1 Produk Total, Produk Rata-Rata, dan Produk Marginal

Jumlah Tenaga Kerja (L)	Produk Total (TP)	Produk RataRata (AP)	Produk Marginal (MP)
1	150	150	150
2	360	180	210
3	660	220	260
4	1000	250	340
5	1250	250	250
6	1380	230	130
7	1400	200	20
8	1400	175	0
9	1350	150	-50

(Sumber: Penulis)

Apabila digambarkan secara bersama, hubungan TP, MP dan AP maka dapat ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 5. 2. Kurva fungsi produksi (Total Produk, Marginal Produk, dan Produk Rata-rata)

Jika melihat kurva di atas, terlihat bahwa point DMR (*Diminishing Marginal Return*) terdapat ketika kurva *Marginal Product* mencapai puncak yang selanjutnya akan menurun. Setiap penambahan input akan dapat meningkatkan total output yang lebih besar. Adapun point A menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh produsen pada saat mencapai tingkat yang tertinggi namun secara kuantitas masih dapat ditambahkan. Menurut pandangan Ekonomi Islam yang mengharuskan optimalisasi sumber daya alam, *point A* bukanlah kuantitas yang tepat karena produksi masih bisa ditambah hingga tingkat maksimal.

Ketika kurva produk *marginal* berpotongan dengan kurva produk rata-rata, maka dapat ditarik hingga point B. Produksi yang terjadi pada titik B mengindikasikan bahwa produk *marginal* mengalami penurunan meskipun belum mencapai nilai 0 akan tetapi penambahan output masih positif. Selain itu, point B berada pada titik puncak kurva produk rata-rata yang artinya penambahan output yang diproduksi akan mengakibatkan tingkat produk rata-rata menurun yang dikenal dengan *Diminishing Average Return*.

Titik C menunjukkan adanya penurunan total produksi output yang dihasilkan, di mana kurva Total Produksi mencapai titik puncaknya. Bersamaan dengan hal tersebut, kurva produk *marginal* mencapai titik nol. Hal tersebut menunjukkan ketika kuantitas output yang diproduksi bertambah, maka adanya penambahan unit input akan menurun-

kan total produksi. Bahkan, produksi setelah titik C akan dapat menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, titik optimal produksi berada pada titik C di mana terjadi penggunaan sumber daya yang telah maksimal.

5.6 Modifikasi Fungsi Produksi

Produksi dalam Islam berbeda dengan produksi dalam ekonomi konvensional. Berikut merupakan modifikasi fungsi produksi dalam Ekonomi Islam:

$Q = f(\text{Amanah (ceteris paribus), Input, Bersama/Berbagi/manfaat/maslahah, Maksimalisasi Potensi})$

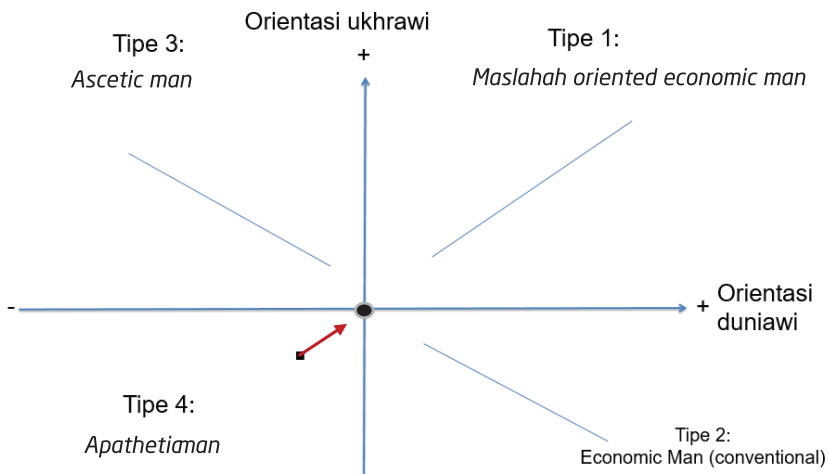
Fungsi produksi dalam Islam tidak hanya memasukkan komponen input saja, akan tetapi terdapat komponen etika dan maksimalisasi potensi yang dimiliki.

Ikhlas merupakan suatu yang wajib dimiliki oleh seorang produsen. Islam menilai tenaga kerja sama dengan sumber daya insani yang memiliki etika dalam berproduksi. Allah SWT memerintahkan umat manusia untuk selalu ikhlas dalam pekerjaan yang dilakukan, termasuk dalam konteks produksi barang dan jasa. Tujuan manusia berproduksi barang dan jasa tidak diperbolehkan hanya dalam rangka mencari keuntungan, namun juga mengharap ridho Allah SWT. Ikhlas akan membawa pada produksi barang dan jasa yang optimal dikarenakan akan menciptakan sumber daya insani yang bertanggung jawab, tidak hanya pada pekerjaannya saja namun juga kepada Allah SWT. Sebagai contoh, misalnya orang yang memproduksi barang dan jasa dengan rasa ikhlas, tidak akan mengurangi hak konsumen dengan mengurangi takaran timbangan bahan baku, mencampur bahan berkualitas buruk dengan kualitas baik, dan lain sebagainya, dikarenakan adanya dasar keyakinan bahwasanya segala yang diperbuat akan selalu dipertanggungjawabkan di dunia dan di akhirat. Adanya rasa ikhlas yang dimiliki seorang produsen sekaligus sebagai faktor yang memotivasi produksi barang dan jasa berdasarkan etika produksi Islami yang berimplikasi pada produksi atau output baik kualitas maupun kuantitas.

Dalam produksi barang dan jasa, apabila telah mencapai jumlah tertentu (*nisab*), wajib dikeluarkan zakat. Komponen berbagi dalam fungsi produksi pada Ekonomi Islam mengindikasikan adanya kewajiban mengeluarkan zakat dan anjuran untuk infaq dan sedekah pada teori produksi mikro Islam. Zakat sebagai komponen redistribusi pendapatan wajib dikeluarkan setiap produksi yang dihasilkan yang telah mencapai *nisab* dan *haul*. Pengeluaran zakat, infaq, dan sedekah serta wakaf akan mengoptimalkan kuantitas output yang diproduksi.

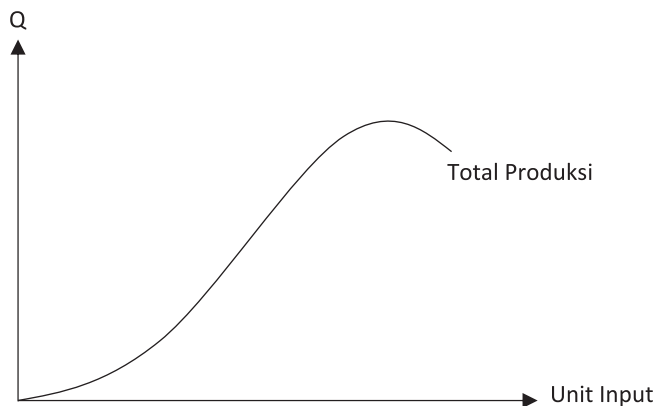
Adapun maksimalisasi potensi pada fungsi produksi mengarah pada produksi barang dan jasa diharuskan secara optimal dengan tidak merusak alam sekitar. Setiap alam semesta memiliki potensi untuk dimanfaatkan oleh umat manusia termasuk dalam memproduksi barang dan jasa, namun pemanfaatan tersebut haruslah tidak berlebihan dan tidak merusak, terutama berpotensi membahayakan kehidupan masyarakat.

5.7 Produksi Berdasarkan Tipologi Produsen



Gambar 5.3. Produksi Berdasarkan Tipologi Produsen

Sebagaimana dibahas pada bab sebelumnya, berdasarkan tipe manusia yaitu tipe pertama produsen, adalah *Maslahah-oriented Economic man*, yang memiliki orientasi seimbang antara dunia dan akhirat, maka seiring meningkatnya iman akan tercipta atau akan terjadi kenaikan produksi, karena orang yang memiliki iman yang tinggi tidak mudah putus asa, memiliki keikhlasan yang tinggi dalam beribadah, termasuk dalam berproduksi sesuai kemampuan dan *passion*nya.

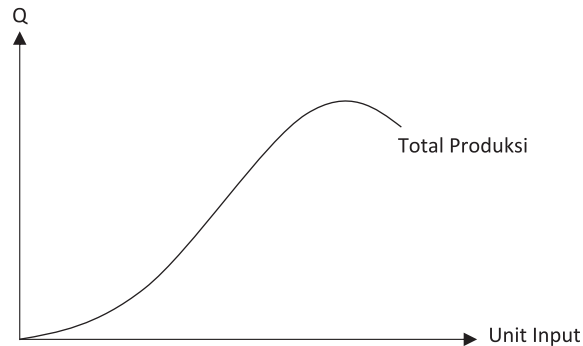


Gambar 5.4. Produksi Tipe *Maslahah-oriented Economic Man*

Pada produsen tipe ini, apapun posisi dia, dari buruh, *manager*, atau *owner*, maka produksi yang dilakukan akan mencapai keberkahan dan optimal. Karena mereka akan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap Amanah yang dimilikinya. Sebagai Buruh

mereka akan mengerjakan tugasnya dengan sepenuh hati, tepat waktu, kualitas pekerjaan yang maksimal, tidak melakukan kerusakan, dan bertanggung jawab terhadap kesalahan yang dilakukan, walaupun itu dilakukan tidak sengaja.

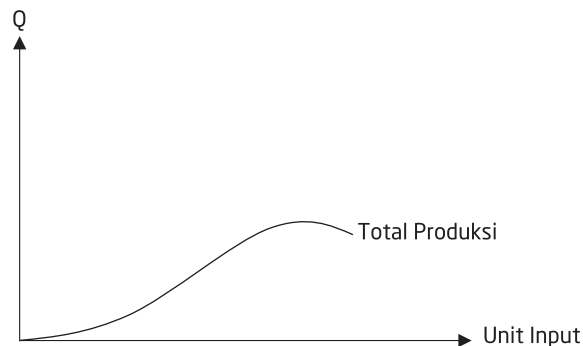
Pada tipe produsen yang kedua yaitu *Conventional Economic man*, tipe ini adalah produsen yang orientasi produksinya hanya pada duniawi saja, sehingga semakin jauh dia dari keimanan, semakin besar upayanya meraih keuntungan duniawi, sehingga produksinya meningkat, karena sangat cintanya pada dunia.



Gambar 5.5. Produksi Tipe *Conventional Economic Man*

Orientasinya yang tinggi kepada capaian yang maksimal pada produksinya, menjadikan mereka tidak mudah putus asa apabila mengalami kegagalan, namun tidak adanya orientasi pada *ukhrawi* menjadikan segala cara atau prosedur dilakukan tanpa melihat apa yang dikerjakan itu hak atau batil, yang penting produksi dapat dilakukan dengan maksimal. Mereka cenderung kepada monopoli pada input, misalnya mengambil karyawan yang berkualitas tinggi yang dimiliki perusahaan lain, monopoli bahan baku, dan kecurangan-kecurangan lainnya.

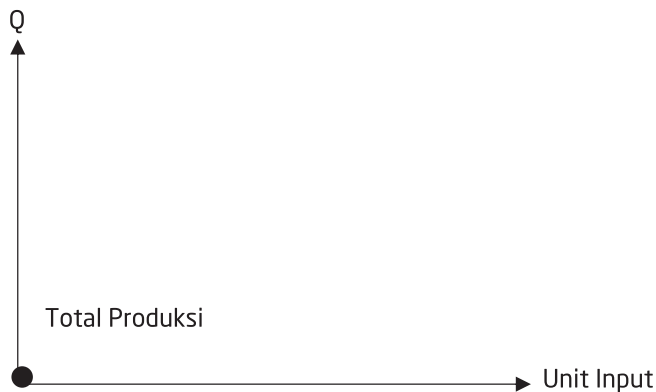
Produsen Tipe ketiga, yakni *ascetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *ascetic man* saja) adalah Produsen yang hanya memikirkan kehidupan akhirat dan melupakan kehidupan dunia, maka produksinya cenderung landai.



Gambar 5.6. Produksi Tipe *Ascetic Economic Man*

Tipe produsen ini tidak mengoptimalkan potensi yang ada, mereka tidak terlalu semangat berupaya untuk meningkatkan produksinya, atau tidak ada upaya melakukan ekspansi produksinya, usaha atau bisnis sekedar hidup, karena orientasi lebih pada akhirat, tidak terlalu memikirkan duniawi atau keuntungan yang meningkat, usaha yang meningkat, semua sekedar pemenuhan pendapatan yang memenuhi kebutuhan pokoknya saja, sehingga kecenderungan kurvanya lebih landai daripada kurva produksi *masalahah-oriented economic man*.

Tipe produsen yang terakhir *Apathetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *apathetic man* saja) adalah tipe produsen malas, yang tidak memiliki ghirah keimanan, dan juga tidak memiliki gairah duniawi atau bahkan tidak memiliki kemampuan aktivitas produksi, maka produksinya nol



Gambar 5.6. Produksi Tipe *Apathetic Economic Man*

Mereka cenderung berproduksi untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri atau *subsisten*, bahkan bila ada pihak yang telah memenuhi kebutuhan sehari-harinya, maka mereka cenderung malas dan tidak berproduksi, jadi produksinya hanya sekedar memenuhi kebutuhan *dharuriyah*.

Apabila dirangkum dalam tabel, dapat terlihat perbedaan teori produksi berdasarkan 4 tipologi manusia yang telah dijelaskan sebelumnya.

Tabel 5.2 Perbedaan Produksi berdasarkan 4 Tipologi Manusia

Tipologi	Orientasi	Input yang Digunakan	Output yang Dihasilkan	Kemiringan Kurva
<i>Maslahat Oriented Economic Man</i>	Produksi dilakukan berdasarkan kebutuhan yang berorientasi pada dunia dan akhirat	Input digunakan sesuai kebutuhan dengan tidak mengeksploitasi atau merusak	Output dihasilkan lebih banyak dan berkah	Kurva memiliki kemiringan yang cenderung curam
<i>Conventional Economic Man</i>	Produksi dilakukan berdasarkan kebutuhan yang berorientasi pada dunia saja	Input digunakan dengan berlebihan dan eksploitasi	Output dihasilkan lebih banyak namun keberkahan berkurang	Kurva memiliki kemiringan yang cenderung curam
<i>Ascetic Economic Man</i>	Produksi dilakukan dengan orientasi pada akhirat saja	Input digunakan untuk produksi dengan tidak mengeksploitasi atau merusak	Output dihasilkan lebih sedikit karena tidak berusaha memaksimalkan produksi	Kurva memiliki kemiringan yang cenderung landai
<i>Apathetic Economic Man</i>	Tidak memiliki orientasi baik di dunia maupun akhirat	tidak ada	tidak ada	tidak ada kurva

Sumber: Penulis

5.8 Had Kifayah dalam Produksi Islami

Produksi dalam Ekonomi Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tidak hanya individual namun juga seluruh umat manusia. Dalam kajian keilmuan Islam terdapat konsep *Had Kifayah* untuk mengukur standar kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh umat manusia. Secara bahasa, *kifayah* memiliki arti cukup, mencukupi hal yang penting atau keperluan untuk hidup tanpa adanya bantuan orang lain. *Had Kifayah* menurut Ibnu Abidin merupakan batas minimum yang mampu menjauhkan manusia dari kesulitan hidup, sedangkan *Had Kifayah* menurut Imam Nawawi merupakan suatu kecukupan, tidak kurang dan tidak lebih. *Had Kifayah* muncul dari *Maqashid Syariah* yang bertujuan untuk menjaga 5 hal yaitu *Hifz al-Din* (Agama), *Hifz al-Nafs* (Jiwa), *Hifz al-Aql* (Akal), *Hifz al-Nasl* (Keturunan), dan *Hifz al-Maal* (Harta). Dari kelima *Maqashid Syariah* tersebut diterjemahkan dalam 7 dimensi yaitu makanan, pakaian, tempat tinggal serta fasilitas rumah tangga, ibadah, pendidikan, kesehatan, dan transportasi. Secara garis besar, *Had*

Kifayah Dharuriyat terdiri dari Makanan, Pakaian, Tempat Tinggal dan Ibadah sedangkan *Had Kifayah Hajjiyat* terdiri dari pendidikan, kesehatan, dan transportasi.

Had Kifayah dalam konteks produksi Islami adalah setiap produk barang dan jasa dalam Islam wajib memenuhi dimensi dari *Had Kifayah* untuk memenuhi kebutuhan pokok yang harus didapatkan umat manusia untuk kelangsungan hidup. Hal ini memiliki arti apabila produsen memproduksi pada standar di bawah *Had Kifayah* akan mengancam kelangsungan hidup umat manusia. Dalam kajian mikro Islam, setiap 1 produsen bukan berarti diharuskan untuk memproduksi secara langsung ke 7 dimensi tersebut, namun dari keberadaan produsen-produsen yang ada dalam perekonomian ialah mampu memenuhi ke 7 dimensi *Had Kifayah* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, produksi berdasarkan *Had Kifayah* tidak hanya sekedar memproduksi secara bebas namun juga setiap 7 dimensi tersebut haruslah memenuhi ke 5 unsur *Maqashid Syariah*. Misalnya dalam memproduksi makanan haruslah secara halal, baik untuk kesehatan, tidak membuat kehilangan akal, dan efisien dalam biaya. Contoh lain lagi dalam produksi pakaian, tidaklah pakaian yang terbuka dan tidak menutup aurat serta menggunakan bahan yang tidak menampakkan tubuh atau menerawang. Dalam hal ini *Had Kifayah* memiliki sifat yang fleksibel dan bisa berubah-ubah dalam waktu dan tempat tertentu namun tidak menghilangkan ke 7 dimensi tersebut. Contohnya ialah di masa pandemi COVID-19 ini produksi barang-barang *dharuriyat* dan produksi barang-barang kesehatan menjadi hal yang penting yang harus dipenuhi, sehingga menjadi prioritas yang diutamakan untuk produsen dalam produksi barang dan jasa. Ini menjadi bukti fleksibilitas *Had Kifayah* dalam konteks produksi Islami.

Studi Kasus 1

Studi kasus pertama terkait dengan produksi dalam mikro Islam adalah penjual nasi pecel di Desa Pabean Sedati Sidoarjo. Penjual nasi pecel ini namanya Bulik Nur. Setiap hari bulik Nur tidak pernah mengurangi jumlah produksi nasi pecel beserta lauk pauknya. Hanya untuk Sabtu dan minggu bulik Nur menambah porsi produksinya, karena bisa dipastikan hari itu nasi pecel paling tinggi penjualannya. Ternyata dalam sehari-hari sisa produksi nasi pecel dan lauk-pauknya yang lain diinfakkan kepada tetangga-tetangganya. Kondisi ini berlangsung setiap hari. Insha Allah usaha mikronya yang sudah lebih dari 30 tahun akan berlangsung terus, disebabkan karena kedermawanannya.

Studi Kasus Kedua :

Kisah pak Haji pedagang di Juanda Sidoarjo, penjual nasi dan mie goreng, cap jae, fuyunghai, koloke. Sudah puluhan tahun, pak Haji pada saat memasak pesanan konsumen, selalu melebihkan masakannya, dan kelebihan itu dikumpulkan dan disedekahkan kepada kaum dhuafa. Ketika dikonfirmasi apakah pak Haji tidak takut rugi, dengan dia selalu melebihkan masakannya dan diberikan kepada kaum dhuafa, maka penjelasan pak Haji adalah sedekahnya itulah yang menjaga kelangsungan bisnisnya. Kedermawanan produksi inilah yang harus dilakukan oleh produsen muslim.

Pertanyaan Studi Kasus

1. Perilaku Bulik Nur dalam kisah di atas merupakan salah satu perilaku yang masuk dalam tipe manusia yang mana? Berikan penjelasan anda!
2. Perilaku pak Haji dalam proses produksinya memiliki resiko rugi, namun selalu dilakukannya, jelaskan jawaban anda!

Kesimpulan

Pengertian produksi dalam ekonomi mikro Islam memiliki makna yang mendalam yang wajib untuk dikaji agar proses dan implementasinya memberikan masalah individu dan masyarakat dalam dimensi dunia dan akhirat. Faktor produksi sebagai input dalam proses produksi juga dikaji dalam pemahaman ekonomi mikro Islam, sehingga dalam mengkaji faktor manusia, bahan baku, modal, dan teknologi memiliki ciri tersendiri, yaitu berdemi-si kemaslahatan umat. Demikian pula dalam memproses atau memasukkan dalam fungsi produksi. Tipe pelaku ekonomi mikro dalam tinjauan ekonomi mikro islam, menjadikan capaian output atau total produksi, berbeda bergantung pada tipe pelaku ekonominya yaitu *masalah-oriented economic man*, *conventional economic man*, *ascetic man*, dan *apathetic man*.

Rangkuman

1. Produksi merupakan kewajiban yang bersifat *fardlu kifayah* bagi individu maupun masyarakat untuk memenuhinya. Sebagai *masalah-oriented economic man*, proses produksi dilakukan dengan sungguh-sungguh dan dengan keikhlasan yang tinggi. Dalam melakukan produksi, manusia diperintahkan untuk selalu memperhatikan Maqashid Syariah dalam rangka menciptakan kemaslahatan. Dalam hal barang dan jasa yang diproduksi diwajibkan secara halal dan thayyib serta proses produksinya dilakukan secara adil serta tidak diperbolehkan monopoli.
2. Faktor produksi dalam Islam terdiri dari sumber daya insani, tanah, modal, dan organisasi. Islam mengangkat derajat manusia yang bekerja serta menghasilkan barang dan jasa, serta menilai berupa amal baik dan ibadah kepada Allah SWT. Peran penting sumber daya insani adalah mengarahkan faktor produksi lainnya agar dalam proses produksi berjalan secara optimal. Adapun produksi dapat digambarkan dalam fungsi produksi $Q = f(Ikhl\text{as}, \text{Input}, \text{Bersama/Berbagi}, \text{Maksimalisasi Potensi})$.
3. Apabila input dalam konvensional terdiri dari empat input secara umum, namun dalam ekonomi Islam memasukkan unsur etika dan maksimalisasi potensi. Adapun maksimalisasi potensi dalam Islam ialah bahwa setiap potensi alam semesta dimanfaatkan oleh umat manusia dengan cara yang optimal dan tidak merusak. *Maslahah-oriented economic man* dalam memproduksi barang dan jasa selalu memiliki orientasi yang seimbang antara dunia dan akhirat, sehingga meningkatkan keimanan dan dari keimanan tersebut akan memunculkan semangat dan keikhlasan yang nantinya akan berdampak pada kenaikan kualitas dan kuantitas produksi.

Pertanyaan

1. Jelaskan pengertian produksi dalam Ekonomi mikro Islam ?
2. Jelaskanlah makna prose penciptaan,dan masalah dalam pengertian produksi?
3. Jelaskanlah kekhususan faktor produksi manusia atau sumber daya insani dalam ekonomi mikro Islam!
4. Jelaskan fungsi produksi dalam ekonomi Islam!
5. Jelaskan produksi berdasarkan tipologi manusia !
6. Gambarkan kurva fungsi produksi Islami !

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, 1997, Muhammad, Ekonomi Islam Teori dan Praktek Dasar-dasar Ekonomi Islam, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf
- Adiwarman Azwar Karim, 2015, Ekonomi Mikro Islami, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Afzalur Rahman, 1995, Doktrin Ekonomi Islam Jilid 1, Terjemahan Soeroyo, Nastangin, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa
- Alfred Marshall, 2013, Principle of Economics, Houndsmills: Palgrave Mac Millan
- BAZNAS. (2018). Kajian Had Kifayah. Jakarta: Puskas BAZNAS
- Mahfuz. (2020). Produksi dalam Islam. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Perbankan Syariah*, 4(1), 17-38
- Muhammad, 2004, Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- P3EI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dan Bank Indonesia, 2014, Ekonomi Islam, Jakarta: Penerbit Raja Grafindo
- Roni Ritonga Manembu, Albert W. S. Kusen, Djefry Deeng, 2019, Padat Karya sebagai Kontribusi Kehidupan Masyarakat pada Penggunaan Dana Desa (Studi Kasus Desa Kaneyan Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan, *Holistik*, 12(2), 1-21

BAB 6:

TEORI BIAYA

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut:

1. Definisi dan Makna Biaya dalam ekonomi mikro Islam
2. Konsep Biaya ditinjau dari Biaya total, biaya rata-rata, dan biaya *variabel*
3. Konsep biaya berdasar tipologi manusia

6.1 Teori Biaya

Biaya didefinisikan sebagai nilai atau harga dari semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) output. Biaya produksi dapat didefinisikan juga sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan faktor-faktor produksi yang dipergunakan untuk menciptakan maupun menambah nilai guna barang-barang yang diproduksi perusahaan.

Biaya yang dipergunakan untuk memproduksi suatu output bergantung pada dua hal utama yaitu:

1. Harga input
Input merupakan komponen yang dipergunakan dalam memproduksi suatu output. Harga dari suatu input dapat mempengaruhi produksi perusahaan. Keputusan jumlah output yang diproduksi perusahaan bergantung pada berapa harga input (tanah, tenaga kerja, modal, dan *skill*). Apabila harga input naik, maka dapat menurunkan produksi yang dilakukan perusahaan. Sebaliknya apabila harga input turun, maka dapat menaikkan produksi yang dilakukan perusahaan.
2. Efisiensi
Dalam ekonomi mikro Islam, biaya produksi yang efisien merupakan biaya produksi yang mengarah pada biaya atas penggunaan input atau faktor produksi pertengahan, tidak boros dan tidak kikir. Efisiensi sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan, namun dalam ekonomi mikro Islam, maka agar *firm* mendapatkan keberkahan dari Allah SWT, maka fungsi manusia sebagai khalifah fil ardh wajib diberlakukan pada *firm*. *Firm* bertanggung jawab terhadap kesejahteraan maqashid Syariah para pekerja, pihak manajemen, dengan melakukan penjagaan *ad-din*, *an-nafs*, *al-aql*, *an-nasl* dan *al-maal* mereka. Implementasi dari maqashid Syariah ini, antara lain adalah menyediakan biaya sosial, dapat berwujud Rumah Sakit atau klinik Kesehatan perusahaan, Koperasi Syariah, dan Lembaga ziswaf.

Dalam teori biaya produksi, secara umum biaya produksi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Biaya Eksplisit

Biaya eksplisit merupakan biaya yang secara nyata benar-benar dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya eksplisit pada umumnya tertera pada laporan keuangan perusahaan. Contoh dari biaya eksplisit adalah biaya listrik, biaya bahan baku, biaya sewa bangunan, biaya telepon dan air, gaji karyawan, biaya transportasi barang, dan lain sebagainya.

b. Biaya Implisit

Biaya implisit merupakan biaya yang pengeluarannya tidak secara nyata. Biaya implisit juga disebut biaya tersembunyi atau biaya peluang. Salah satu contoh dari biaya implisit adalah keahlian wirausaha dan modal sendiri yang digunakan.

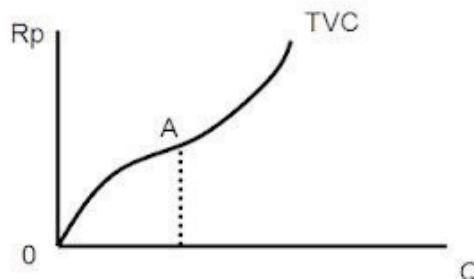
Apabila mengkaji dari jangka waktunya, biaya dapat dibedakan menjadi biaya produksi jangka pendek dan biaya produksi jangka Panjang. Biaya jangka pendek merupakan biaya di mana sebagian dari faktor produksi tidak dapat berubah sedangkan faktor produksi lain dapat berubah, dengan kata lain terdapat biaya tetap dan biaya variabel. Sementara itu, biaya jangka Panjang merupakan biaya yang menunjukkan semua faktor produksi dapat berubah dalam periode waktu yang Panjang, atau dengan kata lain semua biaya adalah / ialah biaya variabel, tidak ada biaya tetap.

6.2 Komponen Biaya Produksi

Dalam kajian ekonomi mikro, biaya produksi memiliki beberapa macam komponen yaitu:

1) Biaya Variabel (VC/TVC)

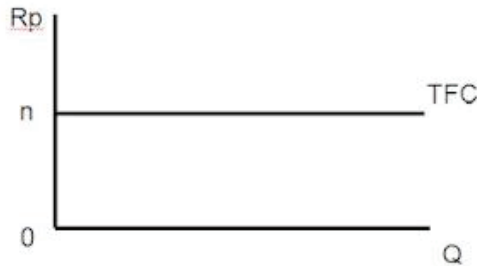
Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya bergantung kepada tingkat produksi atau output yang dihasilkan. Contoh biaya variabel adalah biaya upah karyawan dan biaya bahan baku. Apabila digambarkan dalam kurva akan nampak sebagai berikut.



Gambar 6.1 Total Variable Cost (TVC)

2) Biaya Tetap (FC/TFC)

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tidak bergantung kepada tingkat output yang diproduksi. Dalam biaya produksi jangka pendek, terdapat biaya tetap namun dalam jangka panjang biaya tetap akan berubah menjadi biaya variabel. Contoh biaya tetap adalah pembelian mesin, pembelian gedung atau bangunan, dan lain lain. Apabila digambarkan dalam kurva akan nampak sebagai berikut.



Gambar 6.2 Total Fixed Cost (TFC)

Berdasarkan gambar kurva diatas, biaya tetap tidak dimulai dari titik (0,0) melainkan dimulai dari titik tertentu (0,n) , hal ini menunjukkan bahwa walaupun produksi nol, namun *fixed cost* tetap dikeluarkan, misalnya biaya sewa gedung, sewa mesin telah dilakukan sebelum produksi dilakukan.

3) Biaya Total (TC)

Biaya total merupakan penjumlahan dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya total berbanding lurus dengan biaya tetap dan variabel, sehingga dapat dijabarkan dalam rumus berikut:

$$TC = VC + FC \quad (6.1)$$

Contoh sederhana adalah apabila terdapat fungsi biaya total $TC = Q^2 + 4Q + 100$, maka dapat dijabarkan $Q^2 + 4Q$ adalah biaya variabel dikarenakan bergantung kepada Q , sedangkan 100 merupakan biaya tetap karena tidak bergantung kepada Q .

4) Biaya Tetap Rata-Rata (AFC)

Biaya tetap rata-rata merupakan perbandingan antara biaya tetap dengan kuantitas output yang diproduksi. Biaya tetap rata-rata merupakan biaya tetap yang dikeluarkan untuk setiap satu unit output. Apabila dirumuskan akan menjadi sebagai berikut:

$$AFC = FC/Q \quad (6.2)$$

Atau bisa dihitung dengan

$$AFC = AC - AVC \quad (6.3)$$

5) Biaya Variabel Rata-Rata (AVC)

Biaya variabel rata-rata merupakan perbandingan antara biaya variabel dengan kuantitas output yang diproduksi. Biaya variabel rata-rata merupakan berapa biaya variabel yang dibutuhkan untuk setiap unit outputnya. Apabila dirumuskan akan menjadi sebagai berikut:

$$AVC = VC/Q \quad (6.4)$$

Atau bisa dihitung dengan

$$AVC = AC - AFC \quad (6.5)$$

6) Biaya Rata-Rata (AC)

Biaya rata-rata merupakan biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi satu satuan output. Biaya rata-rata merupakan hasil pembagian antara biaya total dengan kuantitas produksi. Adapun hubungan antara biaya rata-rata adalah berbanding terbalik dengan kuantitas output yang diproduksi. Apabila dirumuskan akan menjadi sebagai berikut:

$$AC = TC/Q \quad (6.6)$$

$$AC = (VC + FC)/Q \quad (6.7)$$

Atau bisa juga dihitung dengan menambahkan biaya variabel rata-rata dan biaya tetap rata-rata

$$AC = AFC + AVC \quad (6.8)$$

7) Biaya Marginal (MC)

Biaya marginal merupakan tambahan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah satu unit kuantitas produksi. Biaya marginal merupakan turunan pertama dari fungsi total biaya. Apabila dirumuskan dapat dijabarkan sebagai berikut.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \quad (6.9)$$

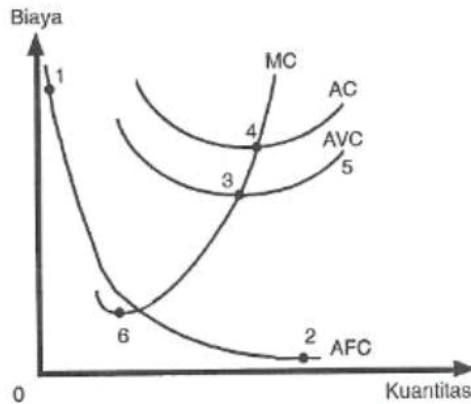
Atau bisa dihitung dengan

$$MC = TC' \quad (6.10)$$

Contoh sederhana adalah diketahui fungsi biaya total $TC = Q^2 + 5Q + 150$. Maka fungsi biaya marginal akan menjadi $MC = 2Q + 5$.

6.3 Kurva Biaya Produksi

Hubungan Antara Biaya Marginal, Biaya Rata-Rata, Biaya Tetap Rata-Rata dan Biaya Variabel Rata-Rata

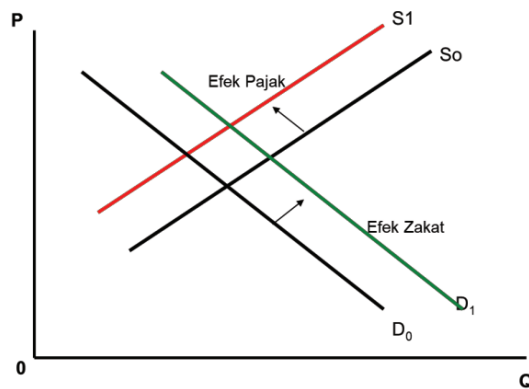


Gambar 6.3 Kurva Biaya Produksi

Berdasarkan kurva di atas, dapat dilihat hubungan antara biaya marginal, biaya rata-rata, biaya tetap rata-rata, dan biaya variabel rata-rata sebagai berikut.

- Kurva biaya tetap rata-rata (AFC) selalu menurun dari titik 1 ke titik 2 namun tidak akan memotong garis horizontal (dalam hal ini tidak akan bernilai 0 atau negatif). Hal tersebut disebabkan kurva biaya tetap rata-rata akan semakin menurun setiap adanya penambahan output
- Kurva biaya variabel rata-rata mula-mula menurun hingga mencapai titik minimum pada titik 3 kemudian meningkat mendekati kurva biaya rata-rata namun tidak bersentuhan. Hal tersebut disebabkan semakin bertambahnya Q maka awalnya akan menurunkan biaya variabel rata-rata namun di titik tertentu biaya variabel rata-rata (AVC) akan meningkat kembali. Selain itu, dapat terlihat bahwasanya kurva MC memotong kurva AVC pada titik minimum dan berlaku nilai $MC = AVC$ pada titik 3.
- Kurva biaya rata-rata (AC) selalu berada di atas kurva AVC dan kurva AFC dikarenakan AC diperoleh dengan menjumlahkan AVC dan AFC. Pada awalnya, AC akan menurun hingga mencapai titik balik minimum di titik 4 yang kemudian akan meningkat. Kurva *marginal cost* (MC) memotong kurva AC pada titik terendahnya sehingga berlaku nilai $MC = AC$ pada titik 4. Selain itu pada titik itu juga berlaku efisiensi biaya dikarenakan AC bernilai paling kecil.
- Kurva biaya marginal (MC) pada awalnya menurun hingga titik balik minimum pada titik 6 namun mengalami kenaikan seiring bertambahnya biaya yang lebih besar daripada penambahan output (Q). Terlihat dalam kurva apabila MC lebih kecil dari AVC, maka nilai dari AVC menurun (dilihat dari penurunan kurva AVC) sedangkan apabila MC lebih besar dari AVC, maka terjadi kenaikan nilai AVC. Setelah MC memotong kurva AC maka biaya marginal lebih besar daripada biaya rata-rata (AC).

Perbedaan pengaruh pajak dan zakat pada proses produksi melalui pengaruhnya pada biaya produksi. Pajak yang pengenaannya pada setiap produk yang dijual (PPN), maka peningkatan pajak tentu akan secara langsung meningkatkan harga jual produk. Hal ini kemudian mempengaruhi tingkat penawaran. Dengan demikian pajak menjadi salah satu elemen dari biaya produksi (*cost of production*). Sementara zakat bagi pengusaha dikenakan apabila aset dagang plus laba dikurangi utang melebihi 85 gram emas dalam kurun waktu (haul) 1 tahun. Hal ini tentu tidak dapat dihitung sebagai biaya, karena pembayaran zakat dilakukan setelah proses produksi. Dengan mekanisme yang dimiliki zakat pada pengumpulan dan pendistribusiannya, maka zakat relatif tidak mempengaruhi tingkat penawaran seperti halnya pajak. Zakat lebih memiliki pengaruh pada sisi permintaan pasar, karena zakat pada dasarnya menyediakan kemampuan atau daya beli bagi masyarakat dhuafa. Dengan demikian, pengaruh pajak dan zakat terhadap biaya produksi berbeda, meski keduanya merupakan pungutan wajib bagi pengusaha yang diasumsikan sebagai muzakki.



Gambar 6.4 Efek Pajak dan Efek Zakat

6.3.1 Biaya Produksi Islami Barang Kebutuhan Pokok Dan Barang Mewah

Secara syariah terdapat anjuran dalam perilaku ekonomi, dimana syariah mendorong pelaku ekonomi fokus pada pemenuhan kebutuhan bukan keinginan. Sehingga prinsip ini akan mempengaruhi perilaku ekonomi khususnya perilaku konsumsi (namun akan mempengaruhi perilaku produksi), dimana pelaku ekonomi menghindari konsumsi barang mewah namun memaksimalkan belanja mereka pada amal sholeh. Sehubungan dengan itu, pada sektor produksi sepatutnya mendorong perilaku yang menghindari barang mewah. Namun begitu, konsumsi dan produksi barang mewah ini pada dasarnya akan menjadi isu dipengaruhi oleh faktor taraf ekonomi masyarakat yang rendah dan tingkat pemerataan ekonomi yang buruk. Apabila taraf ekonomi masyarakat yang sudah cukup tinggi dengan tingkat pemerataan yang juga sudah baik, isu barang mewah mungkin menjadi tidak relevan, karena konsumsi barang mewah akan bergeser menjadi konsumsi barang yang lebih berkualitas.

Telah dijelaskan pada Bab sebelumnya bahwasanya 3 hierarki barang yang diproduksi oleh produsen muslim adalah barang kebutuhan, barang kenyamanan, dan produksi barang-barang pelengkap (mewah). Biaya produksi timbul dari kelangkaan sumber daya dan alternatif penggunaan sumber lain. Pada Sub Bab sebelumnya bahwasanya dalam teori biaya produksi umumnya terdapat biaya eksplisit dan biaya implisit (biaya peluang), di mana dalam konteks biaya produksi Islami, bahwasanya biaya peluang diukur dengan penggunaan nilainya pada tingkatan alternatif yang terbaik. Dalam hal ini harus dipertimbangkan sifat barang yang diproduksi relatif dengan barang-barang alternatif, sehingga nilai terbaik barang alternatif yang diproduksi tersebut bergantung pada posisinya pada hierarki barang yang disebutkan pada Bab Produksi Islami. Contohnya adalah ketika produksi barang kebutuhan pokok yang memiliki masalah yang tinggi dengan alternatif lainnya adalah barang-barang pelengkap (refinement) dengan masalah yang lebih rendah, sehingga biaya peluang dalam produksi barang kebutuhan pokok akan lebih rendah. Sebaliknya ketika produksi barang mewah (refinement) dengan alternatifnya berupa barang kebutuhan pokok maka biaya peluang untuk barang-barang refinement akan lebih tinggi.

Apabila dirumuskan mengenai total biaya ekonomi akan didapat sebagai berikut:

$$C = E(q) + Ic(q) \quad (6.11)$$

Dimana:

E(q): Biaya Eksplisit

Ic(q): Biaya Peluang

Apabila di breakdown rumus diatas dalam konteks biaya peluang maka:

Biaya peluang konvensional: $Ic = Ic(q)$ (6.12)

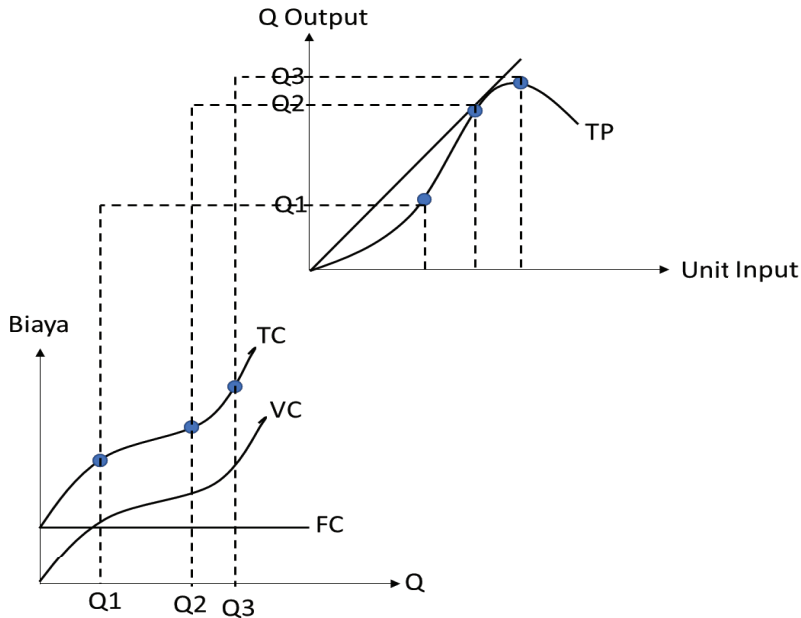
Ketika barang yang diproduksi 0, maka biaya peluang akan 0

Biaya peluang Islami: $Is = Is(q) = \alpha(q) + Ic(q)$ (6.13)

Biaya peluang Islami memiliki karakteristik α yang merupakan valuasi islami dari biaya peluang yang didasarkan pada maslahat barang yang diproduksi. Valuasi biaya peluang Islami dapat bernilai baik $\alpha(q) > 0$ atau $\alpha(q) < 0$.

6.4. Hubungan Kurva Biaya Total Dengan Kurva Produksi Berdasarkan 4 Tipologi Manusia

a. *Maslahah-oriented Economic Man*



Gambar 6.5 Total produksi dan Biaya

Kurva biaya total ditentukan dari seberapa besar output yang dihasilkan sehingga fungsi biaya total adalah: $cost = f(output)$, sedangkan kurva produksi ditentukan dari seberapa besar input yang dipergunakan untuk menghasilkan output sehingga fungsi produksi adalah: $output = f(input)$. Berdasarkan kurva di atas dapat diamati, bahwa kurva biaya total diturunkan dari kurva total produksi. Biaya Tetap (FC) menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap mengeluarkan biaya berapapun output akan diproduksi. Kurva biaya total mengikuti arah dari biaya variabel. Apabila ditarik garis putus-putus seperti gambar di atas, terlihat pada output Q1 yang dihubungkan dengan Q1 pada kurva produksi di mana output sebagai sumbu horizontal, maka dapat terlihat berapa input yang dibutuhkan untuk memproduksi output sebesar Q1. Begitu juga dengan Q2, maka terlihat berapa banyak input yang digunakan untuk memproduksi output sebesar Q2. Kemudian pada output sebesar Q3, dan dihubungkan pada kurva produksi, maka terjadi maksimalisasi produksi di mana tingkat input yang digunakan sudah mampu mencapai produksi pada tingkat yang paling tinggi.

Maslahah-oriented Economic Man merupakan tipe produsen yang berorientasi tidak hanya pada dunia namun juga pada akhirat. Unsur biaya produksi pada produsen tipe ini memiliki kesamaan dengan tipe lain yaitu terdapat biaya variabel, biaya tetap, dan biaya total. Produsen tipe ini akan memproduksi pada biaya yang efisien dan tingkatan output yang optimal. Efisiensi biaya pada manusia tipe ini tidak menggunakan sumber-sumber yang dilarang dalam Islam, misalkan bersumber dari bunga, namun justru sumber modal untuk biaya diperoleh dari adanya *akad syirkah* yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain

itu dalam pengeluaran biaya tidak dengan boros atau sebaliknya yaitu kikir, melainkan secara efisien namun tetap menghasilkan output yang optimal. Produsen pada tipe ini berusaha meraih keuntungan namun dengan tidak mengorbankan keimanan dan akhlak. *Maslahah-oriented Economic Man* memiliki keyakinan bahwa setiap rezeki telah dijamin oleh Allah SWT, sehingga manusia diwajibkan untuk mencari dan berusaha mencari rezeki tersebut semaksimalnya melalui pekerjaannya termasuk dalam konteks alokasi biaya produksi.

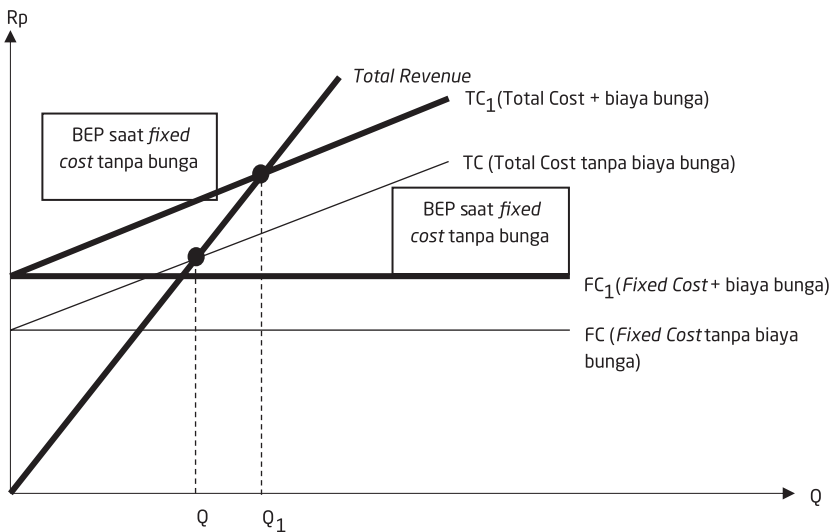
Maslahah-oriented Economic Man menghindari adanya unsur monopoli terutama dalam hal biaya yang berimbas pada input. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam bahwasanya setiap sumber daya tidak diperbolehkan terpusat pada salah satu pihak, namun diwajibkan terdistribusi pada pihak lain. Selain itu, dalam pemanfaatan input dan pengeluaran biaya ialah dengan tidak merusak lingkungan. Contoh dari pengeluaran biaya dari *Maslahah-oriented Economic Man* adalah misalnya dalam bisnis pengolahan kaleng, setiap produsen memiliki teknologi yang berbeda-beda, misalnya salah satu produsen masih menangkap ikan menggunakan jaring namun disisi lain terdapat nelayan yang menangkap ikan dengan radar sehingga mudah dalam mengakses keberadaan ikan. Namun karena nelayan yang lebih modern ini menganut prinsip *Maslahah-oriented Economic Man*, ia tidak memonopoli sumber daya ikan dikarenakan memikirkan nelayan lain yang belum memiliki alat seperti nelayan tersebut. Dari hasil tangkapan ikan ini diproduksi dengan menggunakan bahan pendukung yang diperoleh dengan tidak merusak lingkungan dan seefisien mungkin. Hal ini merupakan bentuk keimanan dan etika dalam alokasi dan penggunaan biaya bagi *Maslahah-oriented Economic Man*. Komponen biaya sosial juga dijaga *sustainability*-nya oleh *Maslahah-oriented Economic Man*. Sesuai dengan skala usahanya, biaya sosial, antara lain biaya kesehatan per karyawan, sehingga biaya ini termasuk pada biaya variabel. Orientasi ukhrawi manusia tipe ini, akan menjamin terpenuhinya maqashid Syariah pada biaya produksi, meliputi *ad-din*, *an-nafs*, *al-aql*, *an-nashl*, dan *al-maal*, karena tipe *Maslahah-oriented Economic Man* yakin keyakinannya terkait biaya produksi akan memberikan masalah bagi karyawan, masyarakat dan kelangsungan usahanya, sebagai wujud tanggung jawabnya pada kehidupan dunia dan akhirat.

Terkait dengan biaya modal, maka dalam upaya memenuhi kebutuhan modal, *Maslahah-oriented Economic Man* tidak akan mengambil pembiayaan atau kredit berbasis bunga, namun akan berupaya untuk memenuhinya dengan akad-akad pembiayaan Syariah. Ciri khas dari penggunaan sistem bunga dalam analisis biaya perusahaan adalah sifatnya yang tetap sehingga disebut sebagai biaya tetap. Artinya, berapapun jumlah kuantitas barang yang diproduksi tidak akan mengubah nominal bunga yang harus dibayarkan perusahaan. Namun, perlu diketahui bahwasanya Islam melarang adanya transaksi riba, dimana bunga telah disepakati ulama atas hasil *Qiyas* termasuk riba. Bahkan, dalam Al - Baqarah ayat 275 berikut Allah SWT dengan tegas melarang riba.

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual

beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Adanya penggunaan bunga dalam biaya perusahaan dapat digambarkan dalam kurva berikut.



Gambar 6.6 Biaya Tetap dengan biaya bunga dan Tanpa Biaya bunga

Terlihat pada gambar kurva di atas bahwa adanya bunga akan menaikkan biaya tetap dari FC menjadi FC_1 . Dikarenakan sifatnya tetap maka kurva biaya tetap bergeser ke atas sejajar. Pengaruh lainnya adalah total biaya ikut meningkat seiring dengan peningkatan biaya tetap. Terlihat bahwa kurva biaya total TC bergeser ke atas mengikuti biaya rata-rata menjadi TC_1 . Hal ini dikarenakan saat tidak berproduksi dimana $Q=0$, biaya bunga tetap dikeluarkan sebagai bagian dari biaya tetap.

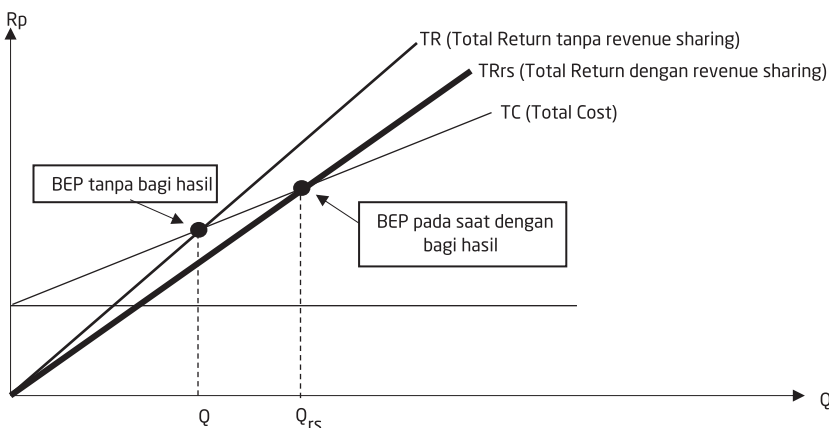
Berdasar gambar tersebut, tampak bahwa titik impas (*Break Event Point*) atau titik perpotongan antara TR dan TC bergeser dari BEP ke titik BEP₁ akibat adanya bunga. Disisi lain, kurva total revenue (TR) tidak mengalami perubahan. Analisis dari hal tersebut adalah produsen harus memproduksi dan menjual lebih banyak Q untuk dapat mencapai BEP supaya bisa mengembalikan modal. Hal tersebut menjadikan *effort* yang lebih besar pada produsen untuk memproduksi lebih besar, agar profit lebih besar dan mampu menutupi biaya. Bahkan, bisa jadi, pada suatu waktu total pendapatan produsen dapat menurun namun disisi lain harus membayar bunga yang sifatnya tetap dan masih harus berproduksi sebanyak mungkin hingga mampu mencapai BEP. Hal tersebut menjadi bukti ketidakadilan dari sistem bunga dikarenakan tidak memperdulikan kondisi siklus bisnis

yang terjadi. Akibat lebih buruknya adalah potensi usaha kecil yang terlilit utang berbunga dapat menyebabkan gulung tikar apabila tidak mampu untuk menutup berbagai biaya.

Islam melarang transaksi yang merugikan salah satu pihak. Dalam Islam mewajibkan prinsip saling ridho antara kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Sedangkan bunga dapat berdampak merugikan salah satu pihak, sedangkan pihak lain diuntungkan. Perintah Islam untuk senantiasa bertransaksi dengan cara yang baik tertuang dalam QS. An-Nisa' ayat 29 berikut.

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Salah satu alternatif permodalan lain untuk menghindari sistem bunga adalah dengan bagi hasil. Bagi hasil berbeda jauh dengan sistem bunga. Apabila sistem bunga didasarkan pada nominal bunga yang tetap tanpa memperhatikan adanya siklus bisnis dalam perekonomian, maka sistem bagi hasil mendasarkan pada pendapatan atau laba yang diperoleh dalam setiap kegiatan bisnis dalam perekonomian. Akad bagi hasil dapat ditemui dalam *Mudharabah* dan *Musyarakah*. *Mudharabah* merupakan akad kerjasama antara kedua belah pihak di mana salah satu pihak sebagai *mudharib* yang bertugas mengelola usaha sedangkan salah satu pihak sebagai *shahibul maal* sebagai pemberi modal, sedangkan dalam akad *musyarakah* merupakan kerjasama antara kedua belah pihak yang *bersyirkah* dengan ketentuan tertentu berdasarkan jenis akad *musyarakah* yang digunakan. Kedua pihak yang *bersyirkah* menyumbangkan modal bersama-sama untuk dikelola bersama-sama. Selain itu, bisa juga salah satu pihak menyumbangkan modal tidak berupa harta namun berupa keahlian sedangkan pihak lain memberikan modal berupa harta. Pembagian hasil didasarkan pada nisbah yang disepakati kedua belah pihak. Hal tersebut tentunya telah ada rasa saling ridho antara kedua belah pihak. Adapun pengaruh bagi hasil terhadap biaya dalam perusahaan dapat dilihat dalam gambar kurva berikut.



Gambar 6.7 Total Cost dan Total Revenue

Terlihat pada gambar di atas bagaimana sistem bagi hasil mempengaruhi biaya produksi perusahaan. Karakteristik pertama adalah tidak berubahnya biaya tetap pada sistem bagi hasil, dikarenakan bagi hasil tidak bersifat tetap dalam nominalnya, melainkan didasarkan pada nisbah bagi hasil yang disepakati kedua belah pihak. Tidak berubahnya biaya rata-rata pada sistem bagi hasil, juga tidak akan berdampak pada biaya total yang dikeluarkan perusahaan. Berdasarkan hal ini bisa dikatakan bahwa sistem bagi hasil tidak menambah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Kemudian karakteristik kedua sistem bagi hasil pada biaya produksi adalah sistem bagi hasil mempengaruhi kurva total penerimaan dari TR (tanpa bagi hasil) menjadi TR_{rs} (Total revenue with revenue sharing). Hal ini dikarenakan penerimaan yang diterima oleh perusahaan akan dibagi dihasilkan oleh pemilik modal atau pihak lain yang *bersyirkah*. Suatu contoh ketika pertanian beras berhasil menjual produk senilai Rp 10.000.000 dan dibagi dihasilkan dengan *shahibul maal* dengan nisbah 40:60, dimana 40% untuk pemilik modal, sedangkan 60% untuk petani, maka pendapatan petani yang diterima adalah Rp 6.000.000, sedangkan *shahibul maal* mendapatkan bagi hasil Rp 4.000.000.

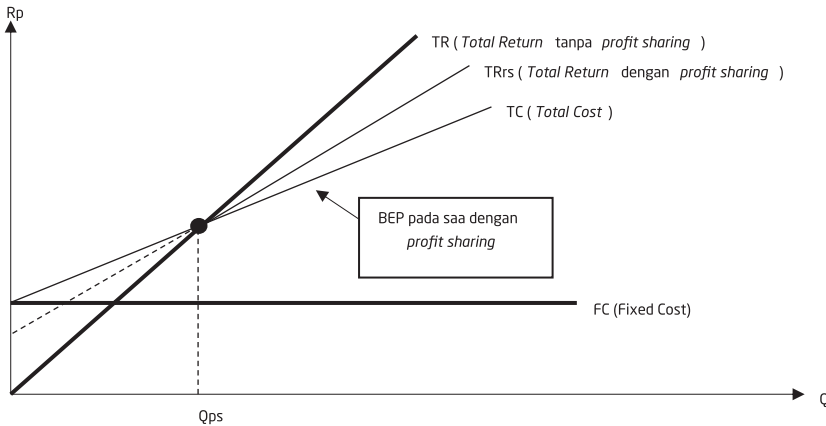
Apabila dianalisis lebih jauh pada gambar 6.6 dan 6.7, maka pada gambar 6.6 tampak bahwa perubahan output (Q) lebih kecil daripada perubahan output (Q) pada gambar 6.7 disebabkan karena pada gambar 6.6 terdapat kenaikan pada biaya tetap (bunga) sedangkan pada gambar 6.7 tidak terdapat kenaikan pada biaya tetap. Dalam sistem bunga, produsen harus mengeluarkan biaya yang lebih besar, namun dalam sistem bagi hasil disebabkan adanya kontrak atau akad bagi hasil, yang akan menurunkan total penerimaan yang ditunjukkan dengan berotasinya kurva TR searah jarum jam mendekati sumbu horizontal. Kemudian alasan rasional mengapa keduanya menyebabkan Q menjadi lebih besar adalah ketika perusahaan dalam produksi barang menggunakan modal eksternal, maka otomatis akan timbul konsekuensi atas tuntutan membayar bunga dan bagi hasil, di mana perusahaan akan termotivasi untuk memproduksi barang dengan jumlah yang lebih besar. Meskipun demikian, apabila dipandang dari sisi keadilan, maka bisa dilihat sistem mana yang lebih adil untuk perekonomian. Tentunya, sistem bagi hasil menjadi pilihan yang tepat dalam rangka penciptaan keadilan dalam perekonomian apabila dibandingkan dengan sistem bunga.

6.5 Revenue Sharing Vs Profit Sharing

Muamalah dalam Islam memiliki salah satu akad yang menggunakan prinsip bagi hasil yaitu akad *Mudharabah*. Akad ini merupakan akad antara pemilik modal dan pengelola modal. Sebelum disepakatinya kontrak, maka dibuatlah kesepakatan terlebih dahulu mengenai nisbah yang akan diterima pemodal dan pengelola. Apabila terjadi kerugian, pemilik modal akan menanggung disesuaikan dengan berapa banyak penyertaan modalnya, artinya sebesar 100% dari modal yang disetorkan. Namun, jika ternyata kerugian disebabkan oleh kelalaian dari pengelola modal, maka kerugian akan ditanggung oleh pengelola modal. Selain kesepakatan mengenai nisbah bagi hasil, kedua belah pihak juga menyepakati siapa yang akan menanggung biaya. Kesepakatan bisa ditanggung oleh pemilik modal atau pengelola. Apabila disepakati biaya ditanggung oleh pengelola, maka dilakukan bagi pendapatan (*Revenue Sharing*). Di sisi lain, apabila disepakati biaya

total ditanggung oleh pemilik modal, maka dilakukan bagi untung (*Profit Sharing*).

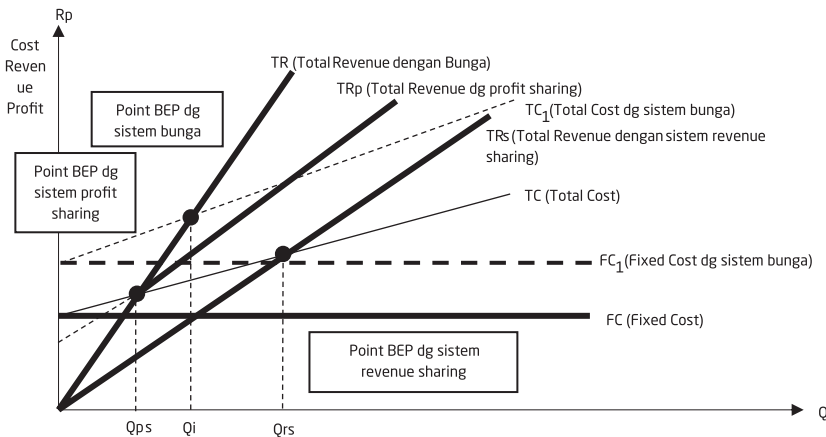
Adanya profit sharing pada akad mudharabah dimana disepakati biaya ditanggung pemilik modal akan memutar kurva TR (*Total Revenue*) searah jarum jam dengan titik BEP sebagai sumbu putarnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar kurva berikut.



Gambar 6.8 Profit Sharing

Terlihat bahwa total penerimaan dengan profit sharing akan lebih kecil daripada total penerimaan tanpa *profit sharing* dikarenakan selisih antara TR dan TRps adalah profit sharing yang dibagikan kepada pemilik modal, sehingga sisanya diperuntukkan untuk pengelola. Tidak seperti sistem bunga, bagi hasil dengan sistem *profit sharing* tidak menambah biaya tetap begitu juga apabila dilihat dari total biaya.

Kalau digabungkan dalam satu grafik, pengaruh sistem bunga, bagi hasil dengan *revenue sharing*, bagi hasil dengan *profit sharing* akan berbeda dilihat dari gambar berikut.



Gambar 6.9 Revenue Sharing

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa terdapat perbedaan pada masing-masing sistem permodalan. Total Revenue yang dicapai dengan sistem bunga (TR) memang lebih besar namun biaya yang dikeluarkan juga lebih besar karena adanya biaya tetap dari bunga yang wajib dibayarkan. Selain itu, apabila terjadi ketidakpastian dalam siklus bisnis, maka risiko ini juga dapat menurunkan Total Revenue. Terlihat bahwa pada kurva penerimaan total untuk sistem bagi hasil *profit sharing* (TRp) berputar searah jarum jam dengan sumbu BEP sebagai titik pusat perputarannya. Adapun tingkat produksi sebelum mencapai titik BEP profit sharing ($Q < Q_{ps}$) merupakan kondisi dimana total biaya masih lebih besar dari total penerimaan ($TC > TR$), sehingga belum didapatkan keuntungan yang dibagi hasilkan. Kemudian ketika telah melewati titik impas, barulah total penerimaan berputar namun perputarannya masih berada pada area antara kurva TR dan kurva TC setelah titik BEP. Hal tersebut disebabkan area tersebut menggambarkan keuntungan yang diperoleh, sehingga perputaran tidak mungkin melebihi kurva total biaya dikarenakan apabila melebihi maka tidak ada keuntungan yang dibagikan. Apabila terjadi kerugian, maka sesuai kesepakatan kerugian tersebut akan ditanggung oleh pemilik modal. Dengan demikian diketahuilah perbedaan antara bagi hasil dengan *profit sharing* dan *revenue sharing*, di mana *revenue sharing* berputar searah jarum jam namun berpusat pada titik origin (0,0) disebabkan hal tersebut didasarkan pada seberapa besar penerimaan yang diterima, baru kemudian dibagikan di antara anggota *syirkah*.

Secara grafis juga ditunjukkan keadaan merugi ialah pada area mulut biaya dimana area sebelum tercapainya BEP ($Q < Q_{ps}$). Adapun antara bagi untung dan bagi rugi tidaklah simetris dan sama, terlihat dari mulut buaya atas ($TR > TC$) tidak simetris dengan mulut buaya bawah ($TR < TC$) dikarenakan bagi untung didasarkan pada nisbah, sedangkan bagi rugi didasarkan pada penyertaan modal masing-masing pihak.

Apabila dijabarkan dapat terlihat perbedaan antara keduanya pada tabel berikut.

Jauh Putaran	Objek yang dibagihasilkan	Sumbu Putaran
<i>Revenue Sharing</i> -Sampai mendekati sumbu X	TR	Titik 0
<i>Profit Sharing</i> -Diantara kurva TR dan TC	TR - TC	Titik BEP
<i>Profit & Loss Sharing</i> -Diantara kurva TR dan TC -Diantara kurva TC dan TR	TR - TC	Titik 0

Dalam Muamalah, akad *Mudharabah* termasuk dalam akad *Musyarakah*. Apabila dalam akad *Mudharabah* ditentukan bahwa penyertaan pengelola modal haruslah nihil sehingga penyertaan pemilik modal adalah 100%, maka dalam akad *Musyarakah* berbeda. Penyertaan dapat dilakukan kedua belah pihak, bahkan salah satu dapat menyertakan tidak hanya modal uang tunai namun juga keahlian. Antara kedua belah pihak yang bekerja sama, ditentukan porsi modal masing-masing dan nisbah bagi hasil yang akan dibagikan apabila usaha tersebut mengalami keuntungan sedangkan apabila terjadi kerugian, kedua-duanya ikut menanggung. Contoh sederhana si A menyertakan modal 150 juta, sedangkan si N sebesar 75 juta. Nisbah yang disepakati adalah 60:40. Apabila

usaha mereka berdua untung 10 juta, maka bagian A adalah 6 juta sedangkan bagian N adalah 4 juta. Apabila terjadi kerugian sebesar 9 juta, maka si A menanggung 6 juta sedangkan si N menanggung 3 juta.

6.6 Efisiensi Komersial Biaya Produksi pada Tipe *Maslahah-oriented economic Man*

Dalam ekonomi, suatu sistem produksi dikatakan efisien apabila memenuhi kedua unsur ini:

1. Minimalisasi biaya untuk memproduksi jumlah yang sama
2. Maksimalisasi produksi dengan jumlah biaya yang sama.

Adapun dalam Islam diperintahkan setiap manusia dalam memproduksi barang dan jasa dilakukan dengan efisien, seperti yang tertuang dalam QS. Al-Isra' ayat 26 berikut.

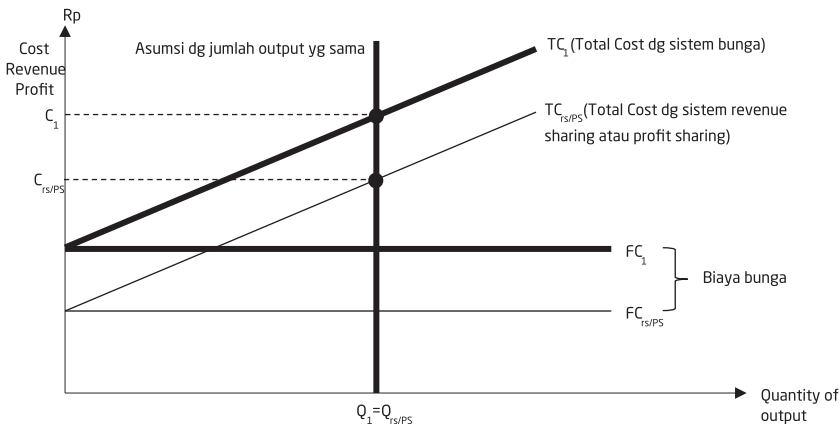
"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."

Ayat di atas memiliki makna bahwasanya dalam mengelola kekayaan tidak diperbolehkan memiliki sifat tabdzir dalam hal ini ialah boros. Termasuk dalam konteks produksi di mana dengan input seefisien mungkin dapat memproduksi kuantitas output dalam jumlah yang optimal.

Adapun kedua unsur di atas dapat dijelaskan sebagai berikut sehingga diperoleh efisiensi lebih besar pada sistem bagi hasil daripada dengan sistem bunga.

6.7. Minimalisasi Biaya untuk Memproduksi Jumlah yang Sama

Efisiensi produksi dapat dilakukan dengan minimalisasi biaya produksi dengan jumlah kuantitas output yang diproduksi sama. Hal ini dapat dibandingkan antara total biaya sistem bunga dengan total biaya sistem bagi hasil. Secara grafis, total biaya pada sistem bunga terlihat lebih besar daripada total biaya dalam sistem bagi hasil.

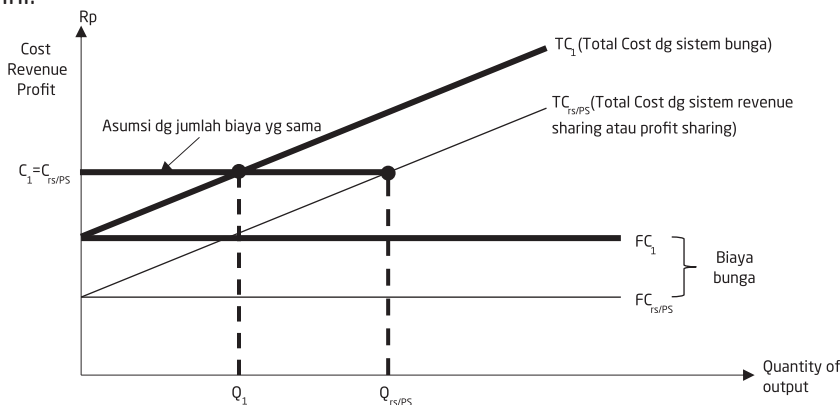


Gambar 6.13 Efisiensi Revenue/Profit Sharing

Dari grafik di atas terlihat salah satu titik yang menggambarkan tingkat produksi yang sama antara produksi dengan sistem bunga dan sistem bagi hasil ($Q_i = Q_{rs}/Q_{ps}$). Kemudian ditarik garis vertikal yang memotong kurva total biaya bunga dan total biaya bagi hasil. Setiap titik perpotongan pada kurva TC_i dan $TC_{rs/ps}$ ditarik garis horizontal pada sumbu Y. Terlihat bahwa produksi dengan sistem bunga mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada produksi dengan sistem bagi hasil di tingkat output yang sama. Dengan demikian dapat diketahui bahwa produksi dengan sistem bagi hasil lebih efisien daripada produksi dengan sistem bunga.

6.8 Maksimalisasi Produksi tanpa Kenaikan atau Perubahan Biaya

Maksimalisasi produksi tanpa perubahan biaya disebut optimalisasi. Hal ini dapat dibandingkan dengan menggunakan kurva total biaya. Seperti yang ada pada pembahasan sebelumnya bahwa total biaya dengan sistem bunga akan selalu lebih besar daripada total biaya dengan sistem bagi hasil. Apabila dijabarkan, terlihat dalam gambar grafik berikut ini.



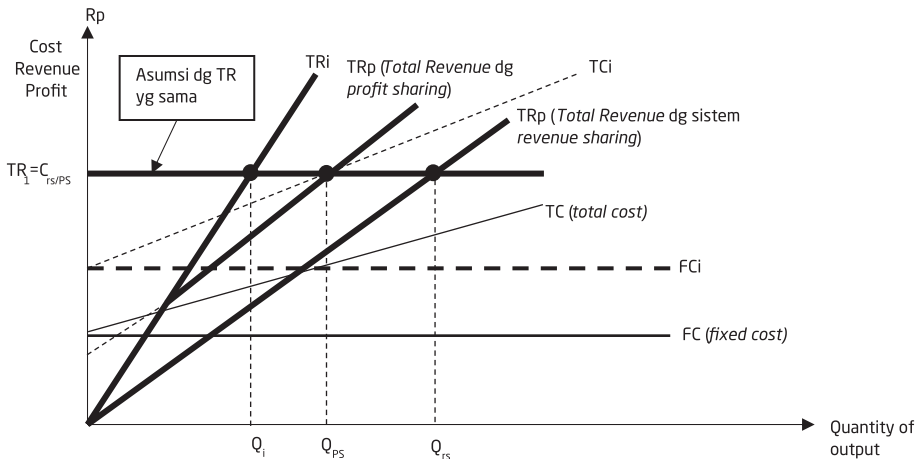
Gambar 6.14 Maksimalisasi Produksi Revenue/Profit Sharing

Dari kurva di atas, terlihat telah ditarik garis dari salah satu titik di sumbu Y yang menggambarkan total biaya yang sama, dengan syarat titik harus berada di atas biaya tetap sistem bunga. Kemudian dari garis horizontal yang telah ditarik, maka memotong kurva total biaya dengan sistem bunga dan total biaya dengan sistem bagi hasil. Setiap titik perpotongan dengan kurva TCi dan TCrs/ps, maka ditarik garis putus-putus ke arah vertikal menuju sumbu X. Dapat dilihat bahwa pada total biaya yang sama, jumlah produksi atau kuantitas hasil produksi dalam sistem bagi hasil adalah lebih besar daripada jumlah produksi pada sistem bunga. Tentunya hal tersebut dapat dianalisis dari adanya *fixed cost* yang lebih besar pada sistem bunga sehingga *variabel cost* yang digunakan akan lebih sedikit apabila diasumsikan total biaya sama dengan sistem bagi hasil. Hal tersebut menyebabkan kuantitas produksi sistem bunga akan lebih kecil daripada sistem bagi hasil. Asumsi tersebut berlaku untuk jangka pendek dimana terdapat biaya tetap (FC) dalam komponen biaya total (TC). Namun secara praktik, kegiatan produksi bersifat jangka panjang dan biaya variabel (VC) menjadi lebih penting daripada biaya tetap (FC).

6.9 Implikasi lain: Skala Ekonomi

Skala ekonomi adalah suatu teori yang menggambarkan menurunnya biaya produksi per unit output pada suatu perusahaan dimana terjadi peningkatan kuantitas hasil produksi. Secara teori, semakin besar suatu perusahaan, maka semakin rendah biaya produksi per unit produk yang dihasilkan. Produksi yang dilakukan dalam jumlah yang besar, tentunya dapat menekan biaya produksi per unit. Hal ini disebabkan ketika penyediaan bahan baku dalam jumlah yang banyak umumnya akan memperoleh potongan pembelian sehingga harga input faktor produksi akan menjadi lebih murah.

Dalam membandingkan sistem bagi hasil dan sistem bunga dalam kacamata skala ekonomi, dapat dibandingkan dari kurva total penerimaan sistem bunga dengan bagi hasil. Seperti yang telah dibahas di atas, bahwa kurva total penerimaan sistem bagi hasil berputar searah jarum jam, yaitu, apabila bagi hasil *revenue sharing* maka perputaran akan berpusat pada titik origin (0,0), sedangkan apabila bagi hasil dengan *profit sharing* maka perputaran akan berpusat pada titik BEP. Sedangkan pada sistem bunga total penerimaan bernilai tetap pada tempatnya atau tidak mengalami perputaran. Apabila dijabarkan, akan terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 6.15 Maksimalisasi Produksi Revenue/Profit Sharing

Secara grafis, total penerimaan untuk sistem bunga disimbolkan pada TR_i , sedangkan total penerimaan untuk sistem bagi hasil *revenue sharing* disimbolkan pada TR_r s dan sistem bagi hasil *profit sharing* dengan TR_r s.

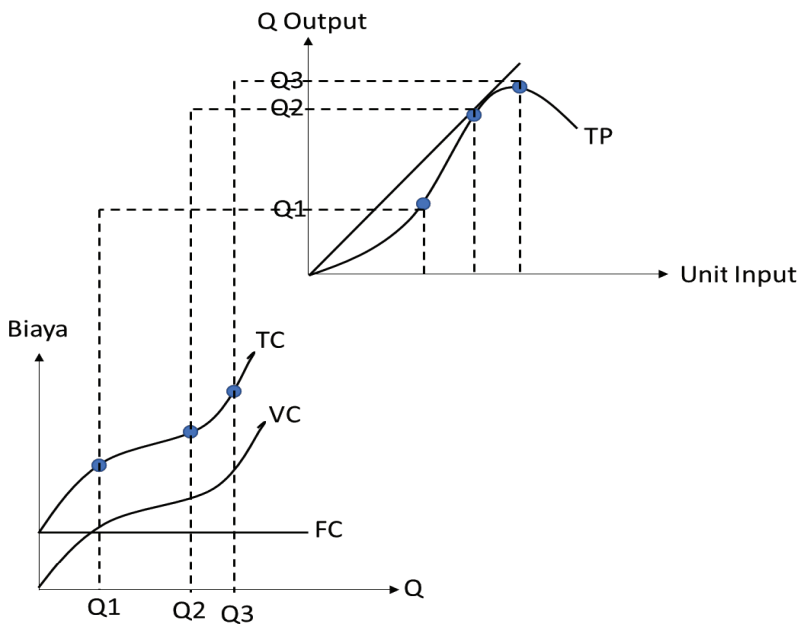
Apabila ditarik dari titik Y yang terpilih di mana saja dengan syarat berada di atas kurva biaya tetap, kemudian ditarik garis horizontal hingga memotong kurva total penerimaan sistem bunga, sistem bagi hasil *profit sharing*, dan sistem bagi hasil *revenue sharing*, maka dapat terlihat total penerimaan yang sama untuk semua sistem permodalan baik yang menggunakan sistem bunga maupun bagi hasil. Kemudian dari titik perpotongan tersebut, dapat ditarik garis putus-putus *vertical* ke sumbu X untuk melihat berapa kuantitas hasil output yang diproduksi untuk masing-masing. Dapat terlihat bahwa untuk total penerimaan yang sama, jumlah output yang diproduksi pada sistem bagi hasil selalu lebih besar dibandingkan jumlah produksi dengan sistem bunga, dimana terlihat bahwa $Q_{rs} > Q_{ps} > Q_i$. Hal ini menunjukkan bahwa sistem bagi hasil tidak hanya lebih efisien, melainkan juga mendorong produsen untuk memproduksi dalam skala ekonomi yang lebih besar.

Apabila ditarik kesimpulan, pembahasan di atas ialah bukti bahwa sistem ekonomi Islam sangat mendorong adanya sektor riil di masyarakat. Prinsip keseimbangan dalam Ekonomi Islam salah satunya diterapkan dalam seimbangnya antara arus uang dan arus barang, dimana setiap ada pemasukan atau pengeluaran uang, maka ada barang yang berkurang atau barang yang bertambah. Hal ini juga merupakan cermin dari terciptanya keadilan, dimana kebutuhan masyarakat akan terpenuhi secara optimal. Apabila dibandingkan dengan sistem bunga, maka sistem bunga jelas tidak seimbang antara sektor barang dan sektor jasa. Kenyataannya, peminjam akan terus membayar bunga yang sifatnya tetap, namun disisi lain produksi barang dan jasa tidak bisa berjalan karena keterbatasan biaya akibat melakukan pembayaran bunga.

Intinya, bagi *Maslahah-oriented Economic Man*, pemanfaatan sumber daya sebagai *khalifah* Allah SWT merupakan sebuah kewajiban. Namun, seperti halnya Ekonomi Islam memegang erat prinsip keseimbangan dan keadilan, maka pemanfaatan tersebut haruslah sejalan dengan kedua prinsip tersebut. Dalam memanfaatkan sumber daya, tidak diperbolehkan merusak dan mengeksploitasi hingga mengancam nyawa makhluk hidup lainnya. Hal tersebut sesuai dalam QS. Al-Baqarah ayat 29 berikut.

“Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.”

b. *Conventional Economic Man*



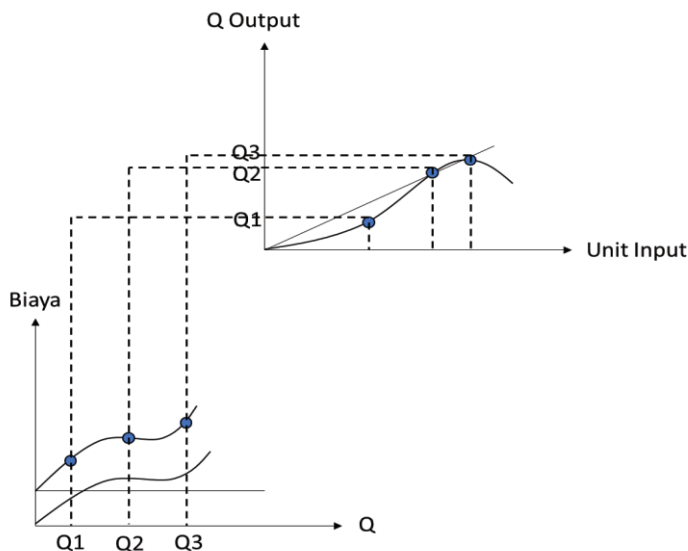
Gambar 6.16 hubungan kurva biaya dengan kurva total produksi pada manusia tipe *conventional economic man*

Hubungan kurva biaya dengan kurva total produksi pada produsen tipe *conventional economic man* memiliki kemiripan dengan produsen tipe *Maslahah-oriented Economic Man*. Aspek pembedanya berada pada sikap, tanggung jawab dan etika dalam alokasi dan penggunaan biaya untuk produksi. *Homo Economicus* atau *Conventional Economic Man* merupakan tipe produsen yang memiliki orientasi hanya pada duniawi. Unsur biaya produksi pada produsen tipe ini terdiri dari biaya variabel, biaya tetap, dan biaya total. Produsen pada tipe ini akan memproduksi yang berorientasi menghasilkan keuntungan yang maksimal, dengan minimalisasi biaya. Namun dalam hal pengaturan biaya pada *Homo Economicus* tidak memperhatikan aspek-aspek kesyariahan, misalnya manusia

tersebut menggunakan komponen modal yang berbasis bunga. Padahal, unsur bunga justru mengurangi efisiensi biaya karena masuk dalam komponen biaya tetap seperti yang dijelaskan di atas. Hal ini akan berpengaruh kepada total biaya yang justru lebih besar, sehingga total biaya pada produsen tipe ini lebih besar daripada *Homo Islamicus*.

Conventional Economic man tidak berpegang kepada keimanan maupun etika Islami sehingga berusaha meraih keuntungan sebesar-besarnya namun bebas nilai atau tidak ada Batasan dan aturan. Produsen tipe ini juga tidak memperhatikan aspek keberlangsungan sumber daya sehingga dapat memanfaatkan dengan merusak lingkungan. Adapun bahan baku dan biaya produksi dapat dimonopoli oleh *Conventional Economic Man*, hal ini menyebabkan persaingan tidak sehat. Contohnya adalah ketika ada perusahaan pertambangan yang menguasai sumber daya produksi di suatu tempat dan menggunakan alat-alat yang dapat menimbulkan kerusakan lingkungan sehingga daerah tersebut tidak dapat diperbaharui. Hal ini diakibatkan adanya strategi efisiensi biaya sehingga tidak perlu mengalokasikan biaya untuk *renewable resources*. Namun, hal ini dapat merusak lingkungan. Oleh karena itu, produsen tipe ini tidak menggunakan keimanan dan tidak beretika Islami dalam produksi barang dan jasanya.

c. *Ascetic Economic Man*



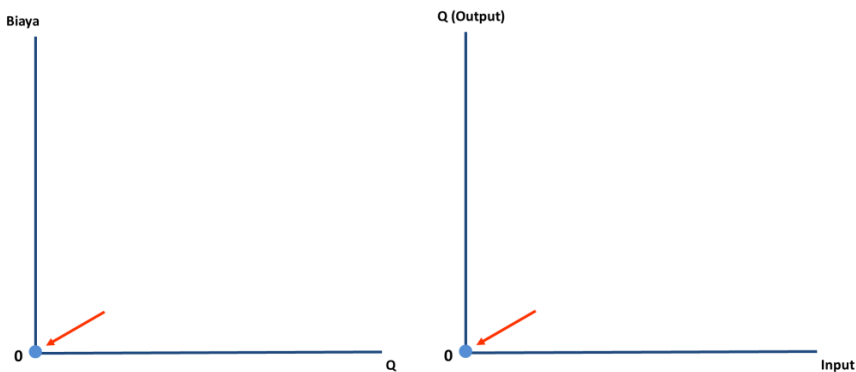
Gambar 6.17 hubungan kurva biaya dengan kurva total produksi pada manusia tipe *Ascetic Economic Man*

Ascetic Economic Man (selanjutnya dapat disebut *Ascetic Man* saja) merupakan tipe produsen yang hanya berorientasi kepada akhirat dan melupakan atau meninggalkan orientasi pada dunia. Biaya produksi pada tipe ini tidak bertujuan mencari keuntungan sehingga biaya yang dikeluarkan cenderung kecil. Terlihat dari kurva biaya produksi dan

kurva total produksi lebih landai pada *acetic man* dan kuantitas output lebih kecil. Pada tipe ini, dikarenakan tidak berorientasi kepada keuntungan, sehingga tidak mengalokasikan biaya pada tingkat efisien, sehingga pendapatan yang didapat juga tidak tinggi karena tidak berorientasi pada profit. Produsen pada tipe ini meyakini setiap rezeki telah dijamin oleh Allah SWT sehingga manusia tidak perlu mencari-cari keuntungan kembali selama di dunia.

Acetic man memiliki kelemahan dikarenakan dalam melakukan proses produksi dalam Islam merupakan suatu keharusan dalam memperoleh keuntungan. Adanya perputaran modal tersebut mampu menjadikan bisnis menjadi berkelanjutan. Selain itu juga, dengan adanya keuntungan tersebut dapat dipergunakan untuk berbagi kepada orang lain dalam bentuk zakat, infaq, maupun sedekah.

d. *Apathetic Economic Man*



Gambar 6.18 hubungan kurva biaya dengan kurva total produksi pada manusia tipe *Apathetic Economic Man*

Apathetic Economic Man (selanjutnya disebut *apathetic man* saja) merupakan tipe produsen yang tidak berorientasi pada duniawi, namun juga tidak berorientasi pada akhirat, sehingga disebut apatis. Produsen tipe ini tidak memiliki *ghirah* atau semangat keimanan namun juga tidak memiliki *ghirah* pada mencari keuntungan di dunia, sehingga dalam konteks biaya produksi yang dikeluarkan hanyalah pada satu titik bahkan bisa menjadi negatif, karena tidak mencari keuntungan, namun juga tidak berlandaskan keyakinan atau iman kepada Allah SWT. Tipe produsen ini hanya mengeluarkan biaya untuk produksi yang dikonsumsi sendiri (subsisten), sehingga selama alokasi biaya tersebut telah mampu mencukupi kebutuhan diri sendiri maka tidak ada lagi alokasi biaya yang lain.

Apabila melihat gambar hubungan kurva biaya total dengan kurva produksi di atas, *Apathetic man* memproduksi dan mengalokasikan biaya pada suatu titik untuk kuantitas tertentu. *Apathetic man* tidak mengedepankan adanya efisiensi biaya sehingga cenderung tetap pada satu titik selama produksi tersebut memenuhi kebutuhannya sendiri.

Dari penjelasan terkait perbedaan biaya produksi yang akan berdampak pada kurva produksi di 4 tipologi manusia, dapat dirangkum dalam tabel 6.1 berikut.

Tabel 6.1 Perbedaan Biaya Produksi yang Berdampak Pada Kurva Produksi Pada 4 Tipologi Manusia

Tipologi	Orientasi	Biaya Produksi	Produksi yang Dilakukan	Kemiringan Kurva
<i>Maslahat Oriented Economic Man</i>	Orientasi pada Dunia dan Akhirat	Biaya produksi tidak menggunakan komponen bunga yang menambah Biaya Tetap sehingga Biaya Produksi lebih efisien. Selain itu, terdapat komponen Biaya Sosial	Produksi dilakukan dengan lebih optimal karena efisiensi biaya	Kurva biaya memiliki tingkatan yang lebih rendah karena efisiensi
<i>Conventional Economic Man</i>	Orientasi pada Dunia	Biaya produksi cenderung tinggi karena menggunakan bunga yang menambah biaya tetap dan terjadi monopoli biaya produksi	Produksi dilakukan kurang optimal karena biaya total juga tinggi	Kurva biaya memiliki tingkatan yang lebih tinggi karena biaya tetap bertambah
<i>Ascetic Economic Man</i>	Orientasi pada Akhirat	Biaya produksi tidak dialokasikan pada tingkatan yang efisien karena tidak bertujuan mencari keuntungan	Produksi yang dilakukan cenderung lebih rendah	Kurva biaya memiliki kemiringan yang cenderung landai
<i>Apathetic Economic Man</i>	Tidak memiliki orientasi baik di dunia maupun akhirat	Tidak memiliki kemampuan produksi	Tidak memiliki kemampuan produksi	Karena tidak mampu, maka posisinya ada di titik 0

Sumber: Penulis

6.4 *Had Kifayah* dalam Biaya Produksi Islami

Seperti yang telah dibahas di Bab Perilaku Produksi Islami, *Had Kifayah* juga berlaku dalam konsep biaya Produksi Islami. *Had Kifayah* merupakan ukuran kebutuhan yang sangat fundamental dalam kelangsungan hidup manusia dan menghindarkan dari adanya kesulitan dalam hidup. *Had Kifayah* memiliki tujuh dimensi yaitu makanan, pakaian, tempat tinggal, ibadah, Kesehatan, Pendidikan, dan transportasi. Ketujuh dimensi tersebut terpisah dalam Standar *Dharuriyat* dan Standar *Hajjiyat*. Tentunya alokasi biaya untuk memenuhi *Had Kifayah Dharuriyat* lebih didahulukan baru kemudian pemenuhan *Had Kifayah Hajjiyat*.

Dalam konteks produksi, perusahaan akan mengalokasikan biaya sesuai dengan output yang dihasilkan. Implikasi *Had Kifayah* dalam biaya produksi adalah perusahaan diharuskan untuk mengalokasikan biaya berdasarkan urutan kebutuhan yang paling urgent hingga kebutuhan yang bersifat tidak *urgent*. Tentunya dalam produksi barang dan jasa, biaya variabel dan biaya tetap merupakan hal yang selalu ada karena dalam jangka panjang akan dipengaruhi output yang dihasilkan. Namun, dalam *Had Kifayah* terdapat jenis biaya yang harus dikeluarkan berada pada tingkatan *dharuriyat*, salah satunya yaitu ibadah. Ibadah merupakan hubungan antara manusia dengan Allah SWT, sehingga setiap perusahaan harus mengalokasikan biaya untuk para tenaga kerja melaksanakan ibadah, misalnya penyediaan musholla di kantor beserta alat sholat. Atau ketika hari Jumat meliburkan aktivitas produksi untuk melaksanakan sholat jumat terutama untuk karyawan laki-laki. Selain itu, apabila dikaitkan dengan gaji yang diberikan kepada karyawan, wajib bagi perusahaan untuk mempertimbangkan apakah dengan gaji atau upah tersebut telah dapat memenuhi kebutuhan *dharuriyat* dari karyawan beserta anggota keluarga karyawan. Selain dalam hal ini, ada juga biaya yang menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk mengalokasikan sebagai bentuk ibadah dan pertanggungjawaban kepada manusia yaitu zakat, infaq, dan sedekah serta wakaf. Biaya tersebut tidak menyebabkan keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan akan berkurang, namun justru biaya tersebut linear dengan peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Dalam perusahaan Islami, alokasi biaya tidak hanya dalam rangka untuk produksi barang dan jasa, namun juga biaya sosial dan biaya dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Apabila sebelumnya telah dibahas biaya *Dharuriyat* pada *Had Kifayah*, maka tentunya standar kebutuhan yang harus dipenuhi berikutnya ialah *Hajjiyat*. *Had Kifayah* kategori *Hajjiyat* terdiri Pendidikan, Kesehatan, dan transportasi. Dalam hal ini contohnya adalah perusahaan mengalokasikan biaya untuk asuransi Kesehatan dan jaminan keselamatan kerja karyawan, memberikan biaya sosial untuk cuti melahirkan, rawat di rumah sakit dan lain sebagainya. Adapun biaya untuk Pendidikan misalnya apabila perusahaan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengikuti pelatihan guna mengembangkan skill. Keseluruhan biaya yang telah disebutkan sebelumnya wajib dialokasikan oleh perusahaan dalam komponen biaya produksi dalam rangka pemenuhan *Had Kifayah* sehingga tercapai *Maqashid Syariah*.

Studi Kasus

Perusahaan mikro yang bergerak di bidang konveksi sudah berjalan beberapa tahun. Perusahaan ini telah mampu mengalokasikan biaya sosial untuk karyawannya berupa bantuan dana apabila karyawan sakit, opname, melahirkan bahkan apabila ada karyawan yang menikah. Adapun alokasi biaya tidak hanya berupa uang tunai namun juga berupa cuti untuk tidak masuk bekerja, bagi karyawan yang sakit, melahirkan dan juga menikah. Pada perkembangan berikutnya, perusahaan yang dimiliki oleh manusia tipe *masalah-oriented economic man*, telah mampu memiliki klinik kesehatan koperasi Syariah, bahkan Lembaga zakat, sehingga tidak saja berdampak positif bagi karyawan, ternyata perusahaan konveksi syar'i telah mampu memenuhi kesejahteraan *maqashid* Syariah masyarakat, baik *ad-din*, *an-nafs*, *al-aql*, *an-nahl* dan *al maal*.

Disisi lain terdapat perusahaan A yang bergerak pada sektor yang sama dengan B dan berjalan lebih lama daripada perusahaan B. Perusahaan A memiliki biaya sosial untuk karyawan berupa bantuan dana apabila karyawan sakit, opname, melahirkan ataupun jika terdapat karyawan yang menikah. Namun perusahaan A juga memiliki aturan bahwa apabila terdapat karyawan yang bolos bekerja tanpa adanya keterangan yang jelas atau peristiwa darurat mendadak akan dilakukan pemotongan gaji dengan alasan bahwa akan menghambat proses produksi dan beban tenaga kerja yang lebih besar karena kurangnya karyawan.

Bagaimana analisis studi kasus dari perusahaan A dan B tersebut apabila ditinjau dari perspektif ekonomi mikro Islam?

Kesimpulan

Biaya produksi merupakan harga input yang digunakan dalam proses produksi. Komponen biaya produksi terdiri dari biaya variabel, biaya tetap, biaya total, dan biaya rata rata. Hubungan antara kurva biaya variabel dengan kurva total produksi akan berbeda pada 4 tipologi manusia yaitu *maslahat oriented economic man*, *conventional economic man*, *ascetic man*, dan *Apathetic man*. Dalam kajian ekonomi mikro Islam, alokasi biaya produksi harus dilakukan dengan seefisien mungkin dengan prinsip pertengahan sehingga dalam produksi barang dan jasa dilakukan secara optimal.

Rangkuman

1. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan faktor produksi yang digunakan untuk menambah nilai guna barang yang diproduksi.
2. Komponen biaya produksi terdiri dari biaya variabel, biaya tetap, biaya rata-rata, biaya marginal dan biaya total. Adapun biaya variabel dipengaruhi oleh jumlah output yang dihasilkan, sedangkan biaya tetap dalam jangka pendek tidak dipengaruhi dengan jumlah output yang dihasilkan.
3. Dalam teori biaya produksi dalam Islam, perilaku produsen dalam mengalokasikan biaya untuk produksi barang dan jasa dapat dikategorikan dalam 4 jenis yaitu

Maslahat Oriented Man, *Economic Man*, *Ascetic Man*, dan *Apathetic Man*. Adapun *Maslahat Oriented Economic Man* dalam mengalokasikan biaya produksi menekankan pada optimalisasi yang mendatangkan keuntungan sekaligus kemaslahatan karena berlandaskan keimanan dimana berorientasi pada dunia dan akhirat sehingga produksi dilakukan dalam tingkatan yang paling optimal. *Conventional Economic Man* merupakan tipe manusia yang dalam alokasi biaya selalu berorientasi pada keuntungan yang maksimal dengan menekan biaya seminimal mungkin dan tidak melandaskan pada iman sehingga perilaku produksinya akan tidak memiliki batasan, misalnya dapat merusak alam atau melakukan monopoli. Adapun *Ascetic Man* merupakan tipe manusia yang berorientasi pada akhirat dan tidak berorientasi pada dunia. Alokasi biaya untuk *Ascetic Man* adalah tidak berorientasi kepada keuntungan sehingga biaya yang dikeluarkan cenderung kecil dan output yang dihasilkan tidak pada tingkatan yang optimal atau efisien. Sedangkan tipe yang terakhir adalah *Apathetic Man* dimana tipe ini adalah tipe yang tidak berorientasi kepada duniawi namun juga tidak orientasi pada akhirat sehingga tidak memiliki ghirah dalam mencari keuntungan di dunia dan biaya produksi yang dikeluarkan adalah pada satu titik bahkan bisa negatif. Adapun produksi yang dilakukan adalah pada satu titik yang sifatnya subsisten (produksi untuk diri sendiri).

4. Efisiensi biaya produksi sangat dianjurkan dalam ekonomi Islam sehingga akan didapat optimalisasi produksi. Adapun alokasi biaya yang Islami terdapat sistem bagi hasil dimana berasal dari sumber permodalan kerjasama, sedangkan pada alokasi biaya yang konvensional terdapat sistem bunga dimana sistem ini hanya memperbesar biaya tetap.

Pertanyaan

1. Jelaskan definisi dan komponen biaya produksi!
2. Bagaimana hubungan antara alokasi biaya produksi dengan kurva total produksi pada 4 tipologi manusia?
3. Jelaskan konsep efisiensi biaya produksi dalam Islam!
4. Jelaskan perbedaan kurva biaya produksi dengan bunga dan bagi hasil!

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, 1997, Muhammad, Ekonomi Islam Teori dan Praktek Dasar-dasar Ekonomi Islam, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf
- Adiwarman Azwar Karim, 2015, Ekonomi Mikro Islami, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Afzalur Rahman, 1995, Doktrin Ekonomi Islam Jilid 1, Terjemahan Soeroyo, Nastangin, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa
- Amshari .M.M. (2019). Analisis Biaya Dan Efisiensi Produksi Dalam Ekonomi Islam, Jurnal *balanca*, 133-148
- Alfred Marshall, 2013, Principle of Economics, Houndsmills: Palgrave Mac Millan
- BAZNAS. (2018). Kajian Had Kifayah. Jakarta: Puskas BAZNAS
- Cholik,A.A.(2013). Teori Efisiensi Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 167-182.
- Mahfuz. (2020). Produksi dalam Islam. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Perbankan Syariah*, 4(1), 17-38
- Muhammad, 2004, Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- P3EI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dan Bank Indonesia, 2014, Ekonomi Islam, Jakarta: Penerbit Raja Grafindo

BAB 7:

TEORI PENAWARAN

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab teori penawaran, mahasiswa diharapkan dapat menguasai beberapa hal sebagai berikut:

1. Definisi dan makna penawaran dalam ekonomi mikro Islam.
2. Kurva penawaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakannya.
3. Konsep penawaran berdasarkan 4 tipologi manusia.

Definisi Penawaran

Penawaran pada bab ini merupakan kelanjutan dari pembahasan produksi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Penawaran merupakan implikasi dari aktivitas produksi yang berada di sektor komersial atau di pasar. Seperti yang telah dijelaskan bahwa berproduksi dimotivasi oleh tujuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan untuk kebutuhan orang lain atau kebutuhan yang lebih luas yaitu kebutuhan keummatan, kebutuhan yang dapat menjaga kemandirian ummat. Terpenuhinya kebutuhan hidup setiap manusia agar mereka tidak memiliki hambatan ekonomi untuk menunaikan kewajiban ketaatannya (ibadah) pada Allah SWT. Karena aktivitasnya bersifat komersial, maka penawaran barang dan jasa akan dipengaruhi faktor-faktor yang melekat pada sektor komersial. Faktor-faktor tersebut diantaranya harga jual, harga bahan baku, jenis barang/jasa, kondisi perekonomian dan lain-lain. Namun dalam menjelaskan penawaran, umumnya digambarkan dengan hubungan antara tingkat harga dan jumlah barang yang ditawarkan.

Seperti halnya yang telah dijelaskan di bab sebelumnya terkait perilaku dan teori produksi, penawaran barang dan jasa di pasar tentu akan dibatasi pada barang-barang yang mengikuti nilai-nilai moral dan sesuai dengan syariat Islam. Syariat Islam utama yang mempengaruhi penawaran barang dan jasa adalah barang dan jasa harus memenuhi kriteria dzat yang halal, diproduksi dengan cara yang halal dan dipasarkan dengan cara yang halal. Barang dan jasa secara dzat tidak mengandung dzat yang diharamkan, seperti daging babi, alcohol dan dzat haram lainnya. Dibiayai dari sumber modal yang halal, bukan berasal dari transaksi riba, maysir atau korupsi. Diproduksi dengan proses yang tidak mencemari atau merusak lingkungan. Dipasarkan dengan cara yang halal atau dibenarkan oleh syariat Islam, seperti menghindari promosi yang mengandung dusta, tidak menimbun barang agar harganya naik dan cara-cara sejenis yang menzalimi pihak lain.

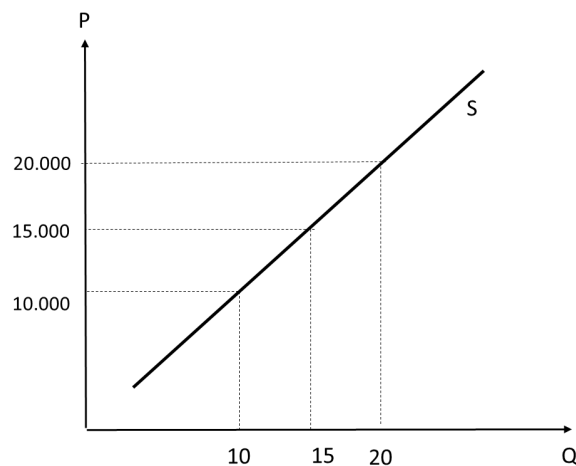
Disamping itu, meskipun penawaran ada di sektor komersial namun penawaran barang dan jasa dapat saja berasal dari aktivitas sosial. Seperti pengelolaan aset wakaf yang kemudian menjadi proyek investasi komersial dan selanjutnya menyediakan barang dan jasa di pasar secara komersial. Oleh sebab itu, dari perspektif ekonomi Islam, jumlah

penawaran tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas produktif di sektor komersial tetapi juga dipengaruhi oleh aktivitas sosial khususnya aktivitas social berbasis wakaf. Dengan begitu, wakaf merupakan instrumen sosial Islam yang berkontribusi pada perekonomian melalui sektor penawaran. Hal ini berbeda dengan instrumen / *instrument* zakat yang cenderung berkontribusi pada perekonomian melalui sektor permintaan. Namun penggunaan zakat dengan pendekatan pengelolaan produktif dapat dikatakan juga memiliki pengaruh dalam peningkatan aktivitas produksi atau penawaran.

Hukum Penawaran

Penawaran barang maupun jasa dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang ditawarkan atau dijual pada tingkat harga yang ditetapkan pada suatu periode waktu tertentu, dan di pasar tertentu.

Berbeda dengan hukum permintaan yang berbanding terbalik antara Harga (P) dan Jumlah Barang (Q), hukum penawaran memiliki garis yang berbanding lurus, sehingga apabila harga mengalami kenaikan, maka hal tersebut akan menyebabkan kenaikan jumlah barang yang ditawarkan atau diproduksi. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu faktor penting dalam sisi penawaran. Apabila harga suatu barang dinilai sangat rendah, sehingga tidak mampu menutup biaya produksi maka produsen pun akan enggan dalam memproduksi barang dalam jumlah tertentu. Sebagaimana gambar 7.1, yang memperlihatkan kurva penawaran yang menunjukkan hubungan antara tingkat harga dan jumlah barang yang ditawarkan, semakin tinggi harga barang maka akan semakin banyak barang yang ditawarkan.



Gambar 7.1. Kurva Penawaran

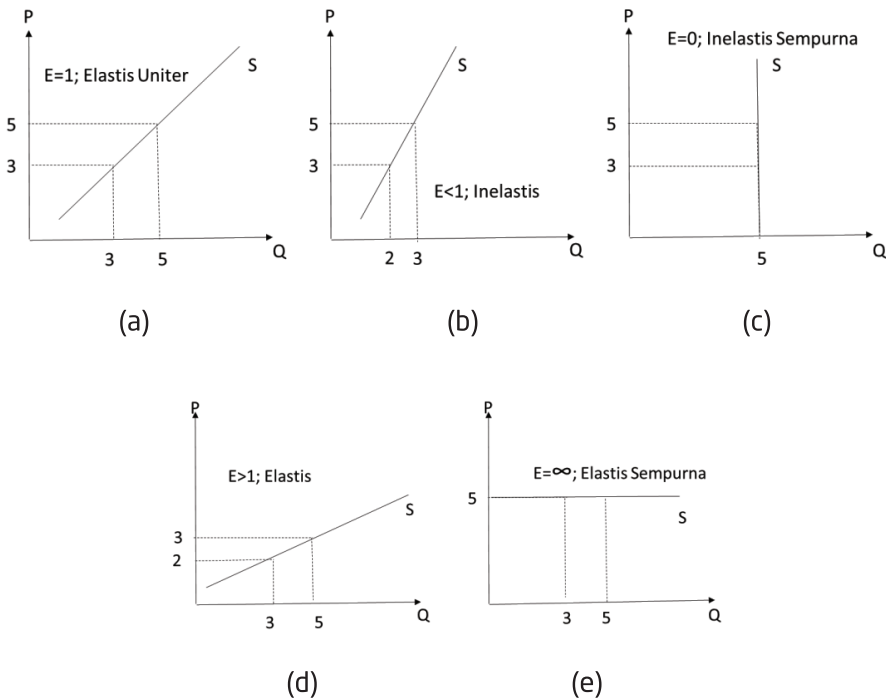
Tabel 7.1 Harga dan Jumlah Penawaran Harga (P)

	Jumlah Barang yang ditawarkan (S)
Rp 30.000	30
Rp 25.000	25
Rp 20.000	20
Rp 15.000	15
Rp 10.000	10
Rp 5.000	5

Kenaikan harga ternyata juga berpengaruh pada kenaikan penawaran. Hal ini disebabkan oleh semakin tinggi harga barang maka produsen akan semakin mampu atau tertarik untuk menyediakan (memproduksi) jumlah barang yang semakin banyak (lihat gambar 7.1). Dengan demikian dalam jangka panjang, perusahaan dapat melakukan ekspansi produksi yang lebih besar. Harga tinggi pada penawaran juga memiliki pengaruh yang besar dalam mekanisme pasar, karena harga yang tinggi dapat menarik minat perusahaan-perusahaan baru untuk menghadapi biaya yang relatif tinggi, sehingga akan berdampak pada tidak adanya kesempatan untuk memasuki pasar dengan harga yang lebih rendah karena barang akan memiliki nilai yang tidak ekonomis (Sugiyanto & Romadhina, 2020).

Seperti halnya kurva permintaan, kurva penawaran memiliki elastisitas berdasarkan respon jumlah penawaran barang dan jasa terhadap perubahan harga. Apabila perubahan jumlah penawaran (dalam persentase) sama dengan perubahan harga (dalam persentase), maka kurva penawaran dapat dikatakan elastis unitar ($E=1$; gambar 7.2 (a)). Jika perubahan jumlah penawaran lebih kecil dari perubahan harga maka kurva penawaran bersifat inelastis ($E<1$; gambar 7.2 (b)). Inelastis sempurna jika jumlah penawaran tidak berubah berapapun tingkat harga ($E=0$; gambar 7.2 (c)). Elastis jika perubahan jumlah penawaran lebih besar dari perubahan harga ($E>1$; gambar 7.2 (d)). Dan elastis sempurna bila perubahan jumlah penawaran tidak dipengaruhi oleh harga atau harga tetap sama berapapun jumlah barang yang ditawarkan ($E=\infty$; Gambar 7.2 (e)). Elastisitas kurva penawaran dapat dilihat pada gambar 7.2. faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas seperti harga bahan baku, jumlah barang substitusi, tingkat teknologi dan jangka waktu. Sehubungan dengan perspektif ekonomi Islam, elastisitas penawaran juga dipengaruhi oleh pemahaman dan ketaatan pelaku usaha (produsen) terhadap nilai-nilai moral Islam. Dengan orientasi maksimalisasi pemanfaatan produksi barang dan jasa, satu jenis barang yang sama, pelaku usaha yang *masalah-oriented economic man* cenderung akan memiliki kurva penawaran yang lebih elastis dibandingkan *conventional economic man*. Sementara itu, dengan karakternya yang fokus pada jumlah produksi yang menghasilkan keuntungan setingkat kebutuhan pokoknya, maka pelaku usaha yang *ascetic economic man* akan cenderung memiliki kurva penawaran yang *inelastic* / inelastis sempurna. Sedangkan *apathetic economic man* cenderung tidak memiliki kurva penawaran karena tidak memiliki kapasitas produksi.

Gambar 7.2 Elastisitas Kurva Penawaran



Adapun faktor-faktor lain yang kemudian dapat mempengaruhi kurva penawaran sehingga dapat bergeser adalah :

- Teknologi**
Penggunaan teknologi baru yang lebih baik akan menurunkan biaya produksi. Contohnya mengganti tenaga kerja manusia dengan mesin. Faktor ini akan menggeser kurva penawaran ke kanan bawah.
- Harga Faktor Produksi**
Penurunan harga faktor produksi akan menggeser kurva penawaran ke kanan bawah karena biaya produksi semakin rendah.
- Perkiraan Masa Depan**
Apabila produsen memperkirakan bahwa harga di kemudian hari akan turun, maka pada masa ini produsen akan menjual lebih banyak. Hal ini akan menggeser kurva penawaran ke kanan bawah.
- Jumlah Produsen**
Semakin banyak produsen yang menghasilkan barang sejenis, maka akan menggeser kurva penawaran ke kanan bawah.
- Kondisi Alam**
Kondisi alam sangat mempengaruhi proses penawaran, dikarenakan apabila kondisi alam tidak menentu seperti halnya terjadi banjir, tanah longsor, gunung meletus, bisa mempengaruhi penawaran terhadap barang akan berkurang.

f. Harga Barang Lain

Apabila harga barang pengganti mengalami kenaikan, maka hal tersebut dapat mengalihkan suatu jenis produksi barang tertentu ke barang pengganti. Misal jagung sebagai pengganti beras, maka ketika harga jagung naik, petani akan beralih untuk memproduksi jagung daripada beras. Hal ini akan menyebabkan penawaran akan beras menurun. Menurunnya penawaran atas suatu barang tertentu akan menggeser kurva penawaran ke kiri bawah

Teori Penawaran

Pembahasan mengenai penawaran merupakan implikasi dari aktivitas produksi. Sebagaimana dengan perintah Allah kepada manusia untuk memanfaatkan segala sesuatu yang ada di muka bumi ini dikelola untuk memenuhi kebutuhan hidup. Allah SWT telah memberikan berbagai fasilitas, sarana dan prasarana bagi manusia untuk mengelola sumber daya yang ada di bumi. Baik sumber daya manusia, sumber daya alam dan sumber daya modal. Hal tersebut tertuang dalam firman Allah SWT dalam Q. S. Ibrahim ayat 32-34,

"Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai. 33. dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. 34. dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dan segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu membongkakannya. Sesungguhnya manusia itu, sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah)" (Q.S Ibrahim ayat 32-34)

Melalui pemikiran ekonomi Islam, penawaran menjadi salah satu faktor utama dalam mekanisme pasar. Penawaran atas barang dan jasa dapat muncul dari produksi lokal maupun hasil impor luar negeri. Namun demikian, terdapat nilai yang menjadi dasar dalam konsep penawaran Islam dan yang paling utama adalah *mashlahah*. *Mashlahah* adalah tujuan dari syariat Islam untuk mencapai *falah* (kesejahteraan) baik di dunia dan akhirat (Ibrahim et al., 2021). Konsep *maslahah* dalam penawaran Islam memiliki makna, tingkat keimanan produsen memiliki pengaruh yang besar terhadap jumlah barang yang akan diproduksi (Yulia, 2019). Semakin tinggi keimanan maka semakin banyak jumlah barang yang akan diproduksi. Akan tetapi, kondisi ini akan terjadi jika ceteris paribus.

Sedangkan Ibnu Taimiyah menyatakan alasan harga naik dapat disebabkan karena turunnya penawaran atau kenaikan populasi jumlah pembeli yang berarti ada kenaikan jumlah dalam permintaan pasar. Oleh karena itu sebuah harga dapat naik, karena penawaran turun, yaitu pergeseran kurva penawaran ke kiri, atau permintaan naik pergeseran kurva permintaan ke kanan yang diekspresikan sebagai "tindakan Allah", sebenarnya melambangkan sebuah fenomena alamiah yang berkaitan dengan fluktuasi harga. Tetapi sebagaimana yang tercermin dari pernyataan di atas, naik turunnya harga juga terjadi,

karena tindakan-tindakan curang dalam pasar seperti aksi penimbunan (*ikhtikar*) yang dilakukan oleh spekulan (*gharar*) (Yulia, 2019).

Ibnu Taimiyah mendefinisikan penawaran sebagai salah satu kekuatan penting dalam pasar sebagai ketersediaan barang yang ada di pasar. Menurut Ibnu Taimiyah penawaran bisa dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen maupun penjual. Dalam pencapaian masalah penawaran, dibutuhkan keimanan yang ada pada diri produsen, apabila jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksi tinggi, maka akan meningkatkan jumlah produksinya. Selain itu sebagai faktor dari penawaran, tercermin dari keuntungan yang didapat dan yang menjadi unsur dari keuntungan ini adalah harga barang dan biaya produksi. Harga barang ini mempunyai pengaruh kepada nilai keadilan, sebab dengan harga yang tidak adil akan menurunkan penawaran di pasar yang akan berdampak buruk pada mekanisme pasar, sedangkan untuk biaya produksi yang menyesuaikan harga merupakan hal yang wajar terjadi apabila mengalami kenaikan dengan penilai situasi dan kondisi yang ada (Rahmi, 2015).

Imam Al-Ghazali juga membicarakan tentang penawaran dan permintaan, bahwa harga berlaku seperti yang ditentukan dalam praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian dikenal sebagai *as-tsaman al-adil* (harga yang adil). Kemudian diungkapkan secara konsepsional pengertian penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Atau dengan kata lain penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang tersedia untuk dijual pada berbagai tingkat harga dan situasi. Sebagaimana juga halnya dengan permintaan, maka pada teori penawaran juga dikenal apa yang dinamakan jumlah barang yang ditawarkan dan penawaran. Penawaran adalah gabungan seluruh jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, periode tertentu, dan pada berbagai macam tingkat harga tertentu.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa aktivitas sektor sosial Islam, seperti wakaf dan zakat produktif, dapat mempengaruhi kemampuan produksi atau penawaran. Di sektor komersial jumlah barang dan jasa yang ditawarkan umumnya berasal dari aktivitas komersial juga. Keberadaan wakaf dan zakat produktif mendorong aktivitas produksi barang dan jasa dapat melalui sektor sosial, dimana penyediaan modal usaha atau investasi tidak dimotivasi untuk mendapatkan keuntungan tetapi lebih karena motivasi sosial atau kebajikan. Namun begitu barang yang ditawarkan akan tetap mengikuti hukum penawaran.

Had Kifayah dalam Konsep Penawaran Islam

Kifayah memiliki makna yang berarti cukup, mencukupi suatu hal yang penting atau mencukupi keperluan untuk hidup. *Kifayah* juga dapat diartikan tidak berkurang dan tidak berlebih, dan sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, arti kata *kifayah* menuju pada suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia. Kata *kifayah* juga dianalogikan dengan kata *kafaf* yang berarti kadar kebutuhan manusia tanpa kekurangan dan kelebihan. Dengan kata lain, *kafaf* dapat diwujudkan dalam bentuk kebutuhan primer manusia berupa sandang, pangan dan papan. Adapun *kifayah* dapat diukur melalui kebutuhan pokok

manusia seperti pendidikan, kesehatan, transportasi. Oleh karena itu, *had kifayah* tidak hanya diartikan sebagai kebutuhan pokok manusia (*Had kafaf*), melainkan juga kebutuhan yang dapat disebut penting (*urgent*) (*had fawqa kafaf*) (Badan Amil Zakat Nasional, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pengertian *Had kifayah* adalah standar ukuran yang digunakan untuk mengukur minimum kebutuhan hidup yang dibutuhkan oleh masyarakat berdasarkan standar *maqashid syariah* yang diimplementasikan setelah adanya penyesuaian dengan kondisi masyarakat di Indonesia. Dengan kata lain, konsep *had kifayah* sama dengan garis kemiskinan yang dibentuk oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang disesuaikan dengan prinsip dan syariat dalam Islam, yaitu pemenuhan aspek *maqashid syariah* (Mahri et al., 2015).

Sebagaimana penjelasan di atas, bahwa *had kifayah* merujuk pada pemenuhan *maqashid syariah* yang terdiri atas 5 aspek utama yaitu *hifz ad-din* (menjaga agama), *hifz an-nafs* (menjaga jiwa), *hifz al-aql* (menjaga akal), *hifz an-nashl* (menjaga keturunan) dan *hifz al-mal* (menjaga harta). Berdasarkan Buku Kajian *Had Kifayah* yang dipublikasi oleh BAZNAS kelima aspek *maqashid syariah* dapat diterjemahkan dalam tujuh dimensi kebutuhan manusia, diantaranya adalah makanan, ibadah, pakaian, tempat tinggal, pendidikan, kesehatan dan transportasi. Dimensi kebutuhan tersebut telah disesuaikan dengan kondisi layak hidup masyarakat di Indonesia.

Konsep penawaran dalam Islam juga memiliki keterkaitan terhadap *had kifayah*, dimana kegiatan produksi dan penawaran oleh produsen dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia (konsumen) di sekitarnya. Sebagaimana dengan klasifikasi kebutuhan manusia menurut As-Syatibi dan Al-Ghazali dibagi menjadi tiga yaitu *daruriyyat* (kebutuhan/*need*), *hajiyyat* (kesenangan/*pleasure*), dan *tahsiniyyat* (moral). Mawardi dan Herianingrum (2018) menjelaskan bahwa kebutuhan tidak hanya berkaitan dengan hal-hal yang memiliki daya upaya untuk menopang *an-nafs* (tubuh fisik manusia), tetapi juga hal-hal yang mampu melindungi *ad-din* (agama), *al-aql* (akal), *an-nashl* (keturunan) dan *al-maal* (harta). *Hajiyyat* (*pleasure*) meningkatkan kualitas hidup yang baik dan menghilangkan penderitaan dan kesukaran, sedangkan *tahsiniyyat* (moral) menambah keindahan tanpa batas kelebihan. Kebutuhan dasar yang harus dipenuhi itu harus menjadi tujuan dari setiap aturan atau hukum Islam (*Syariah*). Oleh karena itu, keamanan manusia adalah seseorang yang mampu memenuhi kebutuhan dasarnya.

Pemenuhan *maqashid syariah* melalui *had kifayah* dalam konsep penawaran Islam menjadi ukuran bagi produsen dalam memproduksi barang dan menawarkan barang tersebut di pasar berdasarkan harga yang adil. Dalam menentukan *had kifayah*, maka seorang produsen dapat melakukan beberapa hal di bawah ini dalam rangka memenuhi 7 (tujuh) dimensi kebutuhan pokok hidup manusia:

a. Dimensi Makanan

Makanan merupakan dimensi kebutuhan utama yang harus dipenuhi manusia agar dapat bertahan hidup. Makanan yang dimaksud tidak hanya sekedar membuat pe-

rut kenyang saja, melainkan juga makanan yang memberikan manfaat dan bernilai gizi baik bagi tubuh manusia. Dikutip dari *Kajian Had Kifayah*, menurut Kementerian Kesehatan RI menyatakan bahwa modal utama untuk membangun suatu bangsa yang besar dan maju adalah dengan memiliki tingkat kesehatan, kecerdasan dan produktivitas kerja yang tinggi. Dimana ketiga hal tersebut dapat tercapai/terpenuhi apabila keadaan gizi manusianya juga baik. Oleh karena itu, seorang produsen di bidang pangan memiliki peran besar dalam menyediakan kebutuhan pangan yang bernilai gizi tinggi dengan harga terjangkau. Hal ini dilakukan agar masyarakat miskin juga memperoleh gizi yang baik. Pemenuhan gizi yang optimal akan membantu pertumbuhan manusia baik secara fisik dan kecerdasan. Adanya gizi yang baik akan membantu manusia terhindar dari berbagai infeksi, kuman dan penyakit. Hal tersebut dilakukan dengan harapan pertumbuhan kesehatan manusia yang baik melalui makanan yang bergizi dapat meningkatkan produktivitas kerjanya.

b. Dimensi Pakaian

Selain makanan, pakaian menjadi salah satu dimensi kebutuhan pokok manusia yang harus terpenuhi. Sebagaimana pakaian yang digunakan oleh seorang Muslim, yang wajib menutup aurat dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, peran seorang produsen juga penting dalam menyediakan pakaian yang sesuai dengan syariah, yang telah disesuaikan dengan kondisi dan fungsi pakaian tersebut ketika dikenakan. Contohnya, ketika musim panas atau kemarau panjang yang menyebabkan iklim cenderung panas (*overheat*) maka dibutuhkan pakaian dengan bahan seringan mungkin, namun tidak terlalu tipis sehingga menerawang. Fungsi pakaian yang baik adalah berfungsi untuk melindungi tubuh manusia, juga menjadi petunjuk bagi identitas manusia seperti jilbab yang menjadi identitas bagi kaum Muslimah.

c. Dimensi Tempat Tinggal

Tempat tinggal menjadi kebutuhan dasar bagi manusia dan menjadi bagian hak untuk memperoleh tempat tinggal yang aman, layak dan terjangkau bagi manusia. Hal ini sesuai dengan pernyataan *The United Nations Centre for Human Settlements* (UNCHS), yang menyatakan bahwa pembangunan dalam rangka menyediakan perumahan dan pemukiman menjadi tindakan yang penting bagi pemerintah. Dengan demikian sebagai seorang produsen (kontraktor) juga perlu mempertimbangkan untuk menyediakan rumah dengan harga yang terjangkau, namun tetap aman dan layak untuk tempat tinggal masyarakat. Salah satunya dengan rumah susun, selain tidak membutuhkan area yang luas bagi masing-masing kepala keluarga, rumah susun diharapkan mampu menampung banyak masyarakat dari golongan menengah ke bawah agar mendapatkan tempat tinggal yang aman dengan harga yang terjangkau.

d. Dimensi Ibadah

Seorang produsen Islami tentu memiliki sikap yang seimbang dalam memenuhi kebutuhan dunia dan akhirat sebagaimana dengan pemenuhan *maqashid syariah* untuk mencapai *mashlahah*. Adapun dalam proses penawaran ekonomi Islam, seorang produsen harus memiliki jiwa kesederhanaan yang tidak hanya berorientasi pada kenikmatan duniawi semata, namun juga mempertimbangkan tujuan syariah dalam *maqashid syariah*. Dengan demikian, barang yang diproduksi dan ditawarkan ke pasar akan mencerminkan kebutuhan riil masyarakat, dan tidak mungkin bagi produsen untuk memproduksi dan menawarkan barang yang tidak berguna secara syar'i bagi manusia. Konsep *mashlahah* / *maslahah* dalam penawaran Islam memiliki makna, tingkat keimanan produsen memiliki pengaruh yang besar terhadap jumlah barang yang akan diproduksi (Yulia, 2019) yakni semakin tinggi keimanan seorang produsen maka semakin banyak jumlah barang yang akan diproduksi.

e. Dimensi Pendidikan

Pendidikan juga menjadi salah satu dimensi penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Semakin tinggi pendidikan yang ditempuh oleh masyarakat, maka diharapkan dapat memberikan kesejahteraan khususnya dari aspek perekonomian. Konsep penawaran pada dimensi pendidikan memang terbatas dan disesuaikan dengan kapasitas yang ada, hal ini tentu berbanding terbalik dengan permintaan dalam dimensi pendidikan yang sifatnya tidak terbatas. Penawaran pendidikan tidak hanya dinilai dari fasilitas dan keunggulan atas sekolah atau pendidikan yang ditawarkan. Melainkan juga menilai dari sisi biaya investasi yaitu biaya yang digunakan dalam menyediakan sarana prasarana, pengembangan SDM dan modal kerja tetap. Selain itu juga ada biaya operasional yang menjadi pokok konsep penawaran pada dimensi pendidikan, yaitu gaji yang diberikan kepada tenaga pendidik. Selama ini di Indonesia gaji bagi tenaga pendidik dinilai kurang layak, khususnya bagi mereka yang berada di daerah pelosok dan luar Jawa. Oleh karena itu, sebagai seorang produsen penting juga untuk mempertimbangkan seberapa besar gaji yang akan ditawarkan kepada tenaga pendidik (guru/dosen/mentor), sehingga mendapatkan upah yang layak dan sebanding dengan ilmu yang telah diberikan kepada masyarakat.

f. Dimensi Kesehatan

Jaminan kesehatan sangat penting diberikan kepada masyarakat, hal ini sesuai dengan UU Nomor 36 tahun 2009 pasal 139 dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2013 tentang jaminan kesehatan. Kegiatan jaminan kesehatan diberikan dalam bentuk pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan yang telah diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau yang iurannya dibayarkan kepada pemerintah. Hal tersebut yang kemudian dikenal dengan BPJS Kesehatan, yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendapatkan bantuan kesehatan. Kesehatan memiliki peran penting sebagai salah satu faktor dalam konsep penawaran.

Supply (penawaran) terhadap pelayanan kesehatan dilakukan dengan memberikan layanan kesehatan yang disampaikan kepada pasien oleh kombinasi antara tenaga pelayanan kesehatan dan fasilitas kesehatan (seperti rumah sakit, klinik dan laboratorium klinis). Berdasarkan faktor penawaran yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka faktor-faktor tersebut dapat digunakan dalam menentukan aspek penawaran terhadap pelayanan kesehatan. *Pertama*, pengadaan sumber daya manusia (*man*) yang dibutuhkan dalam memberikan pelayanan kesehatan seperti dokter, dokter spesialis, perawat, bidan, apoteker dan lainnya. *Kedua*, biaya (*money*) yang dibutuhkan dalam menyediakan pelayanan kesehatan seperti biaya investasi dan biaya operasional. *Ketiga*, bahan dan perlengkapan (*material*) yang bersifat logistik dalam memberikan layanan kesehatan seperti suntik, obat dan bahan dasarnya. *Keempat*, adanya SOP (*manual*) yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pelayanan kesehatan di rumah sakit, klinik dan laboratorium klinis. *Kelima*, peralatan (*machine*) kedokteran atau medis yang digunakan selama pelayanan kesehatan seperti peralatan laboratorium, peralatan medis seperti meja bedah, dental chair dan lainnya. *Keenam*, pasar (*market*) yang menjadi wilayah kerja pelayanan kesehatan. *Ketujuh*, teknologi (*technology*) yang digunakan dalam memberikan pelayanan kesehatan baik secara manual atau digital seperti kecanggihan peralatan medis dan laboratorium hingga mesin kasir yang digunakan. *Kedelapan*, waktu (*time*) yang digunakan dalam memberikan pelayanan kesehatan. Terakhir, *kesembilan*, informasi (*information*) yang berhubungan untuk mempromosikan layanan kesehatan yang disediakan melalui sosial media, pamflet dan iklan (Janis, 2014).

g. Dimensi Transportasi

Menjadi negara yang memiliki wilayah yang sangat luas, kebutuhan akan transportasi di Indonesia cukup tinggi. Tidak hanya transportasi darat yang berfungsi menghubungkan satu kota dengan kota lainnya, melainkan juga transportasi udara dan laut untuk menghubungkan satu pulau dengan pulau lainnya. Sektor transportasi dinilai memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat di Indonesia. Dengan demikian, seorang produsen Islami akan senantiasa berusaha untuk menyediakan layanan transportasi yang bertujuan untuk mendukung pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat secara luas. Tersedianya layanan transportasi dengan harga terjangkau akan meningkatkan permintaan masyarakat, sehingga hal ini tentu juga akan mendukung kegiatan produksi. Apabila kegiatan produksi dapat berjalan dengan baik, bahkan cenderung mengalami produksi yang meningkat karena jumlah permintaan masyarakat yang cenderung meningkat tentu akan banyak menyerap banyak tenaga kerja, sehingga hal ini diharapkan dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran di masyarakat.

Dimensi-dimensi *had kifayah* yang menjadi pertimbangan bagi produsen agar diutamakan untuk diproduksi atau ditawarkan di pasar menjadi pedoman berdasarkan nilai-nilai moral Islam. Dengan begitu diperkirakan apabila produsen menjalankan anjuran moral ini, maka barang dan jasa yang tersedia (ditawarkan) di pasar, cenderung merupakan barang dan jasa yang bersifat kebutuhan dasar masyarakat. Disamping itu,

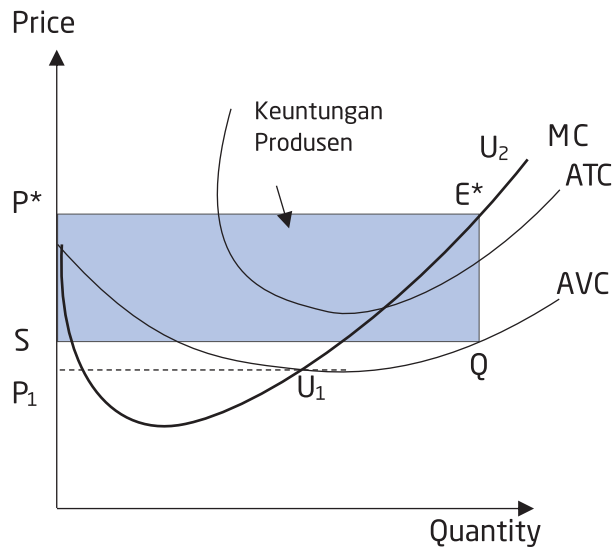
kecenderungan ini akan diperkuat dengan preferensi konsumsi dari konsumen yang juga taat dengan anjuran moral Islam untuk membeli barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pokoknya saja. Dengan demikian, pasar akan cenderung menghindari penyediaan barang-barang yang mewah.

Namun begitu, perlu dipahami bahwa besaran atau dimensi kebutuhan pokok atau *had kifayah* tidak bersifat statis tetapi dinamis mengikuti perkembangan taraf perekonomian. Jika taraf perekonomian sebuah wilayah meningkat, barang yang dahulu dinilai mewah dapat menjadi barang kebutuhan pokok, atau status seseorang yang dahulu dianggap kelompok non mustahik dapat menjadi kelompok mustahik. Hal ini dapat dilihat dari kisah seorang saudagar yang pailit pada masa pemerintahan Umar bin Abdul Azis yang dikategorikan sebagai mustahik meski masih memiliki 100 unta dan 100 budak. Kondisi saudagar ini dengan taraf ekonomi masa Umar bin Abdul Azis yang sangat makmur dapat dikelompokkan sebagai mustahik dan berhak memperoleh haknya dari zakat.

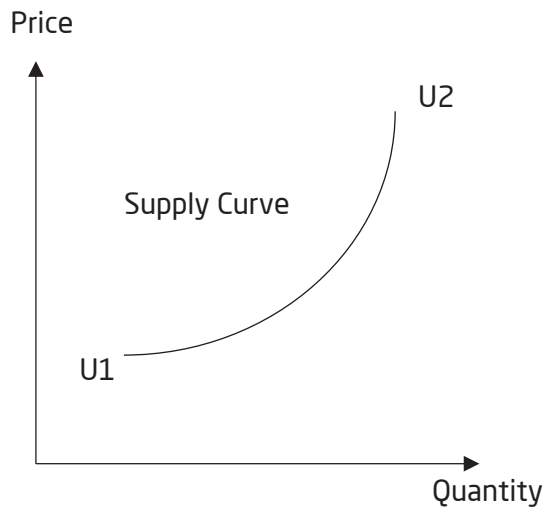
Kurva Penawaran Jangka Pendek

Kurva penawaran jangka pendek secara sederhana menggambarkan kemampuan dan preferensi produksi suatu produsen atau perusahaan pada setiap tingkat harga. Kemampuan dan preferensi produksi tentu dipengaruhi oleh tingkat keuntungan dan biaya dari aktivitas produksi yang dilakukan. Pada setiap harga diatas P_1 , berapapun penjualan yang dilakukan produsen harganya selalu melebihi AVC dengan ini produsen memiliki laba ekonomis positif. Dimana grafik MC dan AVC bertemu, maka akan terjadi titik potong yang dinamakan titik impas jangka pendek (*short-run break-even point*). Di titik impas jangka pendek ini produsen tidak mendapat laba ekonomis, tetapi hanya mencapai tingkat BEP saja (Karim, 2011). Jadi bisa dikatakan bahwa titik impas akan beroperasi bila harga di atas AVC. Ketika produsen ingin memaksimalkan keuntungannya maka produsen akan menuju keseimbangan pada $MC=MR$, yang diasumsikan pasar bersifat persaingan sempurna maka harga berfungsi sebagai MR (Permana, 2020).

Jadi, dengan $MC = P = MR$, pada gambar 7.5 (a) bila harga yang ada di pasaran berlaku dengan jangka pendek adalah P^* maka produsen akan memiliki keuntungan yang ekonomis yaitu P^*E^*QS . Dengan demikian kurva MC yang berada di atas kurva AVC adalah garis yang menjelaskan produsen bersedia memproduksi. Untuk lebih jelasnya pada gambar 7.5 apabila U_1 dan U_2 dihubungkan, maka akan mendapat kurva penawaran. Artinya kurva penawaran ditunjukkan oleh garis MC di atas nilai AVC. Mengapa AVC bukan ATC? Karena perusahaan pada dasarnya perusahaan masih akan bisa beroperasi sepanjang harga dapat meng-cover biaya variabel. Lebih jelasnya pada gambar tersebut yaitu fungsi penawaran untuk individu produsen dan bukan fungsi penawaran untuk industri atau pasar (Karim, 2015). Namun yang perlu dipahami adalah apabila produsen taat pada nilai moral Islam dan pasar cenderung monopoli dimana perusahaan cenderung dapat menentukan harga, maka perusahaan akan memproduksi barang bukan pada tingkat harga yang dapat memberikan profit yang maksimal, tetapi cenderung pada tingkat harga yang dapat dijangkau lebih banyak konsumen.



(a)



(b)

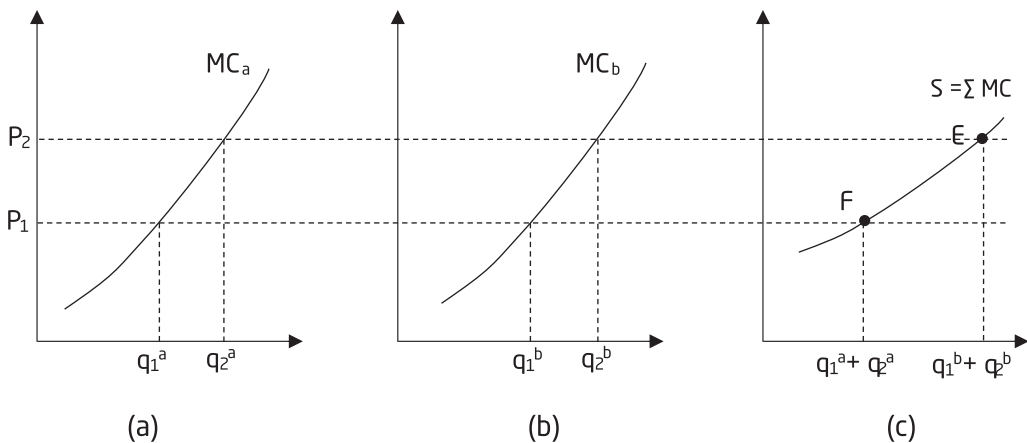
Gambar 7.5. Hubungan antara Kesiediaan untuk Berproduksi dengan Kurva Penawaran

(Sumber: Adiwarman Karim, 2011)

Untuk kurva penawaran jangka pendek dari sektor industri secara keseluruhan dapat dirumuskan lewat penjumlahan horizontal seluruh kurva penawaran jangka pen-

dek masing-masing perusahaan. Oleh sebab itu, kurva penawaran jangka pendek yang menunjukkan kemampuan produksi sebuah perusahaan (produsen) digambarkan dengan garis cembung positif, dimana kecembungannya mencerminkan tingkat produksi perusahaan yang memiliki keterbatasan kemampuan (lihat gambar 7.5 (b)). Lebih jelasnya untuk mengilustrasikan penjumlahan horizontal kurva penawaran dapat dilihat di gambar 7.6. Kurva biaya marginal (MC) untuk dua perusahaan di lambangkan dengan MC_a pada panel (a) dan MC_b pada panel (b). Dua kurva biaya marginal akan berlaku bila harga-harga lebih besar daripada biaya variabel / variable rata-rata minimum dari masing-masing produsen.

Dapat dilihat bahwa panel (a), perusahaan hanya memproduksi q_1^a , jika harga yang berlaku adalah P_1 . Dan bila harganya P_2 perusahaan akan memproduksi sebesar q_2^a . Ini berlaku untuk produsen kedua (panel (b)) yang berproduksi pada q_1^b apabila harga yang berlaku P_1 , begitu juga dengan bila harga berada di P_2 maka produsen kedua akan memproduksi q_2^b . Jika diasumsikan industri yang sama hanya produsen a dan b jadi penambahan secara horizontal merupakan penawaran industri atau ΣMC .



Gambar 7.6. Perumusan Kurva Penawaran Sektor Industri

(Sumber: Adiwarmar Karim, 2011)

Total Cost, Marginal Cost dan Kurva Penawaran

Fungsi *total cost* menggambarkan masing-masing kombinasi atas masukan (*input*) dan masing-masing tingkat pengeluaran (*output*) dengan menggunakan *minimum cost* yang muncul, fungsi tersebut dapat dirumuskan dengan $TC = TC(r, w, q)$. Melalui kurva permintaan, fungsi *total cost* dapat digambarkan secara mudah apabila menggunakan analisis biaya per unit terhadap keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan. Adapun, Walter Nicholson (1995) dalam Adiwarmar Karim (2015) menyebutkan terdapat dua jenis konsep biaya per unit yang banyak digunakan, yaitu:

1. *Average Cost*

Fungsi yang dirumuskan melalui *average total cost (average cost)* adalah satuan biaya unit yang dihitung melalui rumus *total cost* yang dibagi dengan jumlah pengeluaran (*output*) yang dihasilkan.

$$ATC = ATC(r, w, q) = \frac{TC(r, w, q)}{q}$$

2. *Marginal Cost*

Sedangkan fungsi yang dirumuskan pada *marginal cost* didefinisikan sebagai sebuah tambahan biaya yang timbul akibat tambahan setiap *output* yang dihasilkan. Perumusannya dapat dihitung dengan rumus perubahan total biaya yang dibagi dengan perubahan *output*.

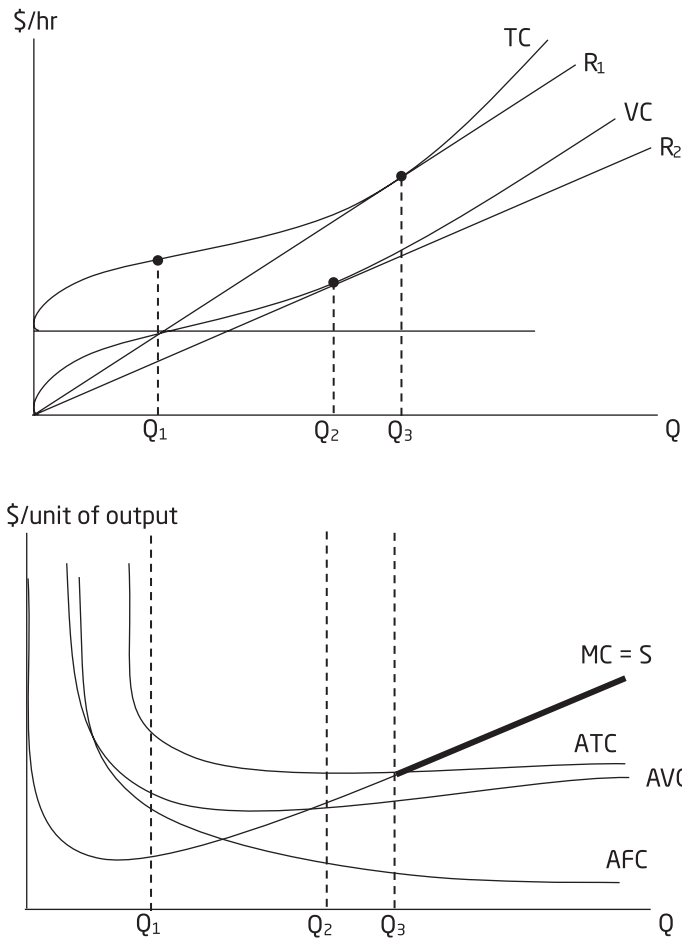
$$MC = MC(r, w, q) = \frac{\delta TC(r, w, q)}{\delta q}$$

Berdasarkan fungsi *average cost* dan *marginal cost* di atas maka dapat dirumuskan fungsi *total cost*. Demikian juga dengan fungsi *average cost* yang merupakan bentuk turunan dari fungsi *total cost*, sehingga untuk memudahkan dalam memahami hal tersebut, tabel di bawah ini akan menggambarkan ilustrasi numerik atas masing-masing komponen yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Tabel 7.2. Biaya Total dan Biaya Marginal

L	Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC*
0	0	30	0	30	~	-	~	
1	4	30	10	40	7.50	2.50	10.00	2.50
2	14	30	20	50	2.14	1.43	3.57	1.0
3	27	30	30	60	1.11	1.11	2.22	0.77
4	43	30	40	70	0.70	0.93	1.63	0.63
5	58	30	50	80	0.52	0.86	1.38	0.67
6	72	30	60	90	0.42	0.83	1.25	0.71
7	81	30	70	100	0.37	0.86	1.23	1.11
8	84	30	80	110	0.36	0.95	1.31	3.33

(Sumber: Adiwarman Karim, 2015)



Gambar 7.7. Biaya Total, Biaya Marginal, dan Kurva Penawaran
(Sumber: Adiwarman Karim, 2015)

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa kurva *marginal cost* akan memotong dari bawah kurva *average cost* pada titik minimalnya. Titik Q2 digambarkan sebagai jumlah *output* pada saat VC mencapai titik minimalnya yang menjadi persinggungan antara kurva VC dengan *rental cost* per unit (r). Adapun, titik Q3 digambarkan sebagai jumlah *output* pada saat ATC mencapai titik minimum yang juga menjadi perpotongan antara kurva MC yang berada di bawah kurva ATC. Sedangkan Q1 adalah jumlah *output* yang menggambarkan kurva MC saat mencapai titik minimal, yakni saat terjadi perubahan *returns to scale* kurva *variable cost* yang akan merubah *return to scale* kurva *total cost*.

Pada penawaran jangka pendek, perusahaan akan memaksimalkan keuntungan atau labanya dengan memilih jumlah output dimana harga sama dengan *marginal cost*.

Selama tingkat harga tersebut lebih besar daripada nilai minimal biaya variabel rata-rata (AVC). Jika kedua keadaan tersebut terpenuhi, maka itulah kurva penawaran (Karim, 2011). Kurva penawaran bersifat naik dari kiri bawah ke kanan atas disebabkan karena adanya hubungan yang positif diantara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin banyak jumlah yang ditawarkan.

Setiap tingkat harga di bawah minimum AVC, dan nilai yang ditawarkan adalah nihil. Ketika tingkat harga sama dengan AVC, maka jumlah yang ditawarkan adalah Q2. Untuk tingkat harga di atas AVC, maka jumlah yang ditawarkan akan digambarkan kurva MC. Misalkan ketika tingkat harga sama dengan ATC, maka jumlah yang ditawarkan adalah Q2. Jadi kurva penawaran adalah kurva *marginal cost* yang di atas AVC, yaitu kurva yang dicetak tebal yang memiliki selisih antara kurva ATC dan kurva AVC yang digambarkan dengan celah di antara kedua kurva tersebut, menggambarkan AFC (average fixed cost).

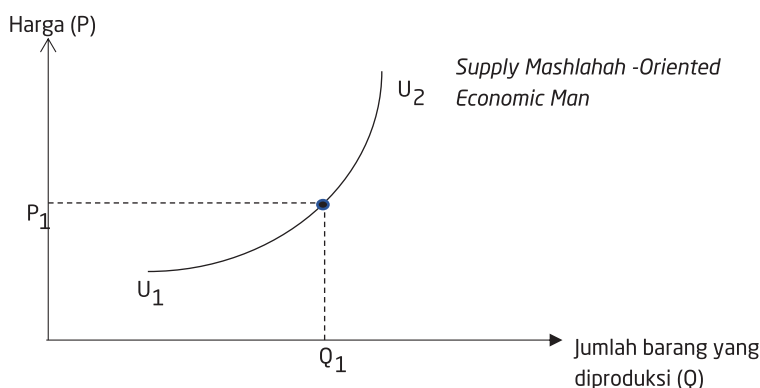
Untuk tingkat harga di atas AVC, namun di bawah AVC (yaitu antara output Q2 dan Q3), berarti perusahaan mengalami kerugian setiap output yang dijual karena harga lebih kecil dibanding ATC, seperti yang digambarkan oleh kurva penawaran yang berada di antara kurva ATC dan AVC. Meski harga lebih kecil dibanding ATC, tapi bagi perusahaan tetap menjual outputnya karena perusahaan sudah mampu membayar AVC nya, dan kerugian yang terjadi sebesar AFC nya. FC adalah biaya tetap yang harus dibayar perusahaan apakah perusahaan memproduksi atau tidak memproduksi, maka perusahaan lebih baik memproduksi output sejumlah Q2 dan Q3 (Karim, 2015).

Dengan demikian, perusahaan berharap tetap menjaga keberadaan produknya di pasaran. Tetapi jika tingkat harga melampaui ATC, maka perusahaan akan membekukan laba. Bagaimana bila perusahaan memilih untuk tidak memproduksi bila harga di bawah ATC? Kerugian perusahaan akan bertambah besar (Karim, 2015):

- a. Perusahaan harus tetap menanggung AFC.
- b. Perusahaan tidak mempunyai kegiatan operasi yang berarti para pelaksana perusahaan tidak mempunyai pendapatan.

Konsep Penawaran Berdasarkan 4 Tipologi Manusia

Sebagaimana dengan bunyi hukum penawaran yang berbunyi "jika harga barang turun, maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun, dan sebaliknya jika harga barang naik, maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik". Hukum penawaran ini akan membentuk suatu hubungan yang searah dan positif antara harga (P) dan jumlah barang (Q). Konsep penawaran dibagi menjadi empat berdasarkan tipologi manusia yaitu *Maslahah-Oriented Economic Man*, *Conventional Economic Man*, *Ascetic Economic Man* dan *Apathetic Economic Man*.



Sumber: Penulis

Gambar 7.9. Konsep Penawaran Mashlahah-Oriented Economic Man

Pertama, konsep penawaran pada *Mashlahah-Oriented Economic Man* yang berpedoman terhadap Al-Qur'an dan hadits sehingga membentuk nilai Islam pada setiap tindakan produksi yang dilakukan. Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa sebagai *mashlahah-oriented economic man*, seorang produsen bertanggung jawab dalam memproduksi barang-barang kebutuhan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kegiatan produksi dilakukan dengan mempertimbangkan halal dan haram serta kemashlahatan barang yang diproduksi. Transaksi yang dilakukan juga harus sesuai dengan prinsip syariah dengan menghindari *riba*, *maysir* dan *gharar*. Adapun dalam proses penawaran ekonomi Islam, seorang produsen harus memiliki jiwa kesederhanaan yang tidak hanya berorientasi pada kenikmatan duniawi semata, namun juga mempertimbangkan tujuan syariah dalam *maqashid syariah*. Dengan demikian, barang yang diproduksi dan ditawarkan ke pasar akan mencerminkan kebutuhan riil masyarakat, dan tidak mungkin bagi produsen untuk memproduksi dan menawarkan barang yang tidak berguna secara syar'i bagi manusia. Konsep mashlahah dalam penawaran Islam memiliki makna, tingkat keimanan produsen memiliki pengaruh yang besar terhadap jumlah barang yang akan diproduksi (Yulia, 2019). Semakin tinggi keimanan maka semakin banyak jumlah barang yang akan diproduksi.

Sebagaimana dengan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam yang menganjurkan manusia untuk tidak berlebih-lebihan (*israf*) dalam mengkonsumsi. Maka, hal ini juga mendorong produsen untuk fokus pada kegiatan produksi barang sesuai dengan kebutuhan manusia, baik secara jumlah maupun jenis barang. Jenis barang yang diproduksi oleh produsen mashlahah-oriented cenderung menghindari barang mewah. Hal ini merupakan salah satu bentuk tindakan rasional produsen yang sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 11, "*Janganlah kalian membuat kerusakan di muka bumi.*" Melalui ayat tersebut, manusia diberikan wewenang untuk memanfaatkan dan mengelola apa yang ada di muka bumi, namun ada batasan-batasan tertentu sehingga tindakan manusia (produksi) tidak membuat kerusakan di muka bumi. Kesederhanaan sebagai *mashlahah-oriented economic man* akan menciptakan gaya hidup yang tidak berlebihan baik dalam memproduksi dan mengkonsumsi suatu barang.

Selain itu, Allah SWT dalam Al-Qur'an mewajibkan hamba-Nya untuk bekerja agar dapat memenuhi kebutuhan hidup, yaitu dalam Q.S Al-Ankabut ayat 17, "*Maka carilah rezeki di sisi Allah, kemudian beribadah dan bersyukur kepada Allah. Hanya kepada Allah kamu akan dikembalikan.*" Bahwasannya berdasarkan tafsir Ahmad Mushtafa al-Maraghi menyatakan bahwa apa yang disembah oleh orang-orang kafir adalah berhala, yang mana hal tersebut merupakan perbuatan mencela terhadap Allah SWT. Orang-orang kafir tersebut juga bersikap sombong atas berhala yang mereka buat, dan berdusta pada saat menyembah Tuhan mereka yang dapat memberikan *syafaat* (bantuan) bagi kaum kafir (Al-Maraghi, 1989).

Sayyid Quthb juga menafsirkan Q.S Al-Ankabut ayat 17 di atas menjadi 3 poin utama, yakni *pertama*, kaum kafir yang menyembah berhala adalah suatu tindakan bodoh yang mencela dan tidak dibenci oleh Allah SWT. *Kedua*, kaum kafir yang menyembah berhala maka mereka tidak melaksanakan perintah Allah SWT, dan menyukai perbuatan dusta serta kebatilan. Bentuk tindakan kebatilan tersebut dapat dinilai ketika kaum kafir mengetahui bahwa membuat bahkan menyembah berhala merupakan suatu tindakan tercela, akan tetapi mereka masih melakukannya. *Ketiga*, berhala yang diciptakan oleh kaum kafir tidak memberikan manfaat baik di dunia dan akhirat. Dengan demikian perbuatan mereka adalah suatu bentuk kesia-siaan (Quthb, 2004).

Pada kegiatan produksi dan penawaran, seorang produsen juga akan dibebankan oleh pajak dan zakat. Berdasarkan pernyataan Adiwarman Karim (2015) bahwa pengenaan zakat terhadap profit produsen akan berpengaruh positif terhadap perilaku produsen dalam membayarkan zakat. Upaya memaksimalkan profit yang dilakukan oleh produsen adalah bentuk upaya untuk memaksimalkan zakat yang akan dibayarkan, sehingga pada kasus ini, produsen akan memproduksi barang dengan kuantitas dan kualitas yang lebih baik untuk memaksimalkan profit yang akan diperoleh untuk membayar zakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka diketahui bahwa seorang *mashlahah-oriented economic man* dalam konsep penawaran Islam adalah seorang produsen yang memiliki orientasi seimbang antara dunia dan akhirat, maka seiring meningkatnya iman akan tercipta atau akan terjadi kenaikan produksi, karena orang yang memiliki iman yang tinggi tidak mudah putus asa, memiliki keikhlasan yang tinggi dalam beribadah, termasuk dalam memproduksi sesuai kemampuan dan passionnya. Melalui penjelasan tersebut, maka untuk membentuk kurva penawaran *mashlahah-oriented economic man* titik harga barang (P) dan titik jumlah barang (Q) yang diproduksi diletakkan pada sumbu P dan Q yang positif (gambar 1). Hal ini menggambarkan bahwa seorang produsen *mashlahah-oriented economic man* dalam melakukan kegiatan produksi tidak hanya memikirkan diri sendiri, namun juga berupaya dalam memenuhi kebutuhan manusia lainnya untuk mencapai maqashid syariah melalui kemashlahatan umat.

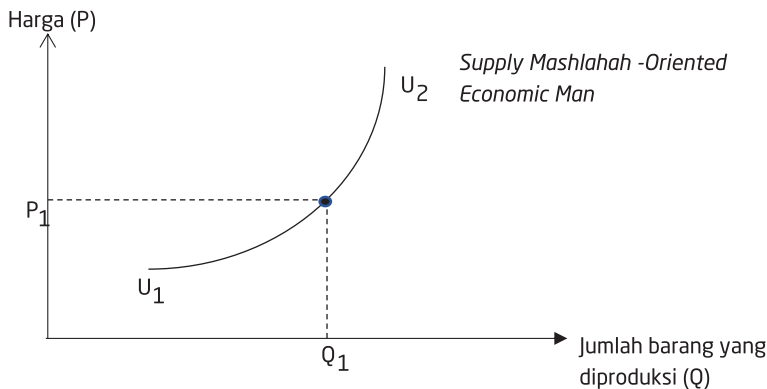
Apabila seorang produsen memiliki sikap *mashlahah-oriented economic man* adalah seseorang yang senantiasa menggunakan akal dan pikirannya dalam berpikir untuk mengembangkan sumber daya yang tersedia di muka bumi ini. Hal ini akan sejalan firman Allah SWT, dalam Q.S Al-Imran ayat 190-191 "(190) *Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-*

orang yang berakal, (191) (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka."

Sebagaimana dengan tafsir Buya Hamka yang dikutip dari Hidayat dan Aam Abdussalam (2016) yakni, seorang hamba yang senantiasa menggunakan akalnyanya untuk berpikir atas segala ciptaan Allah SWT di muka bumi, adalah sebaik-baiknya manusia. Dimana seorang hamba menggunakan akal pikirannya untuk hal baik, terlebih jika insan tersebut dapat mengembangkan sumber daya yang tersedia menjadi berbagai hal yang bermanfaat bagi manusia lainnya. Pengembangan teknologi yang saat ini sedang digiatkan oleh banyak manusia dan Muslim juga menjadi salah satu bentuk implementasi Q.S Al-Baqarah ayat 190-191 tersebut. Akan tetapi, pengembangan teknologi yang baik adalah yang membawa manfaat bukan *mudharat*.

Apabila seorang produsen memiliki sikap *mashlahah-oriented economic man*, maka dalam melaksanakan kegiatan produksi dan penawaran tidak akan melakukan kegiatan zalim yang dilarang oleh syariat dan tidak sesuai dengan nilai-nilai moral Islam, seperti menumpuk barang agar harganya naik (ihtikar). **Jenis barang dan jasa yang diproduksi;** cenderung memproduksi barang kebutuhan masyarakat dan menghindari barang dan jasa yang memiliki unsur kemewahan. Sementara untuk jumlah yang diproduksi, produsen *masalahah-oriented* akan memaksimalkan kemampuan pada jumlah yang optimal dengan tingkat harga yang terjangkau, agar semakin banyak masyarakat konsumen yang dapat terpenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu, untuk jenis barang yang sama, kurva penawaran *masalahah-oriented economic man* akan relative lebih elastis dibandingkan dengan *conventional economic man*. Hal ini karena *masalahah-oriented* cenderung memaksimalkan pemanfaatan barang yang diproduksi berdasarkan jumlah konsumen yang dapat membeli barang tersebut, sehingga penawarannya lebih sensitif dengan perubahan harga.

Kedua, konsep penawaran sebagai *Conventional Economic Man* dalam ekonomi konvensional akan mencerminkan tindakan produsen dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia semaksimal mungkin dengan penawaran harga yang setinggi mungkin. Hal ini didorong karena seorang produsen dengan prinsip *conventional economic man* akan berusaha untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Tindakan produsen dalam *conventional economic man* juga mencerminkan perilaku yang menjauhkan diri dari keimanan yang dimiliki karena orientasi pada duniawi yang sangat tinggi.



Sumber: Penulis

Gambar 7.10. Kurva Penawaran Conventional Economic Man

Pada ekonomi konvensional sikap *homo economicus* pada kegiatan ekonomi dipandang memiliki nafsu untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan tanpa memperdulikan norma dan moral baik dari ajaran agama maupun secara etis (filsafat). Sehingga hal tersebut pada perilaku produksi dan penawaran *conventional economic man* akan menimbulkan dorongan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi sumber daya yang ada di muka bumi secara ekstrem. Hal ini dilakukan untuk memenuhi keinginan produsen serta mengejar keuntungan yang semaksimal mungkin. Pada akhirnya, tindakan yang berlebihan tersebut akan berdampak pada terancamnya keseimbangan ekologi di muka bumi, terlebih hal tersebut tidak akan menyisakan sumber daya yang cukup bagi manusia di generasi selanjutnya. Kegiatan penawaran yang dilakukan oleh *conventional economic man* juga tidak akan jauh dari tindakan yang dilarang dalam prinsip syariah, seperti penetapan bunga (*interest/riba*) untuk memaksimalkan harga dan keuntungan yang diperoleh. Tindakan seperti *maysir* (perjudian) dan *gharar* (ketidakpastian) juga cenderung akan terjadi dalam kegiatan penawaran *conventional economic man*.

Lebih lanjut, selayaknya seorang produsen yang memiliki tugas untuk memenuhi kebutuhan manusia, produsen tentu akan memiliki ide dan inovasi dalam mengembangkan produknya. Namun, ada kalanya inovasi-inovasi yang dikembangkan justru akan berdampak negatif dan menimbulkan *kemudharatan* di antara manusia. Contohnya adalah inovasi tentang penciptaan alat persenjataan seperti bom dan nuklir, yang berdampak pada peperangan di berbagai negara seperti yang saat ini sedang berlangsung di Palestina.

Perilaku *self-interest* dalam memaksimalkan keuntungan hasil produksi pada *conventional economic man* juga akan menimbulkan sisi negatif pada pengenaan beban pajak. Sebagaimana pada penjelasan sebelumnya, Adiwarman Karim (2015) menyatakan bahwa pengenaan pajak penjualan terhadap laba akan berdampak pada menurunnya profit yang diterima produsen. Dibebankannya pajak juga akan berpengaruh pada pengambilan keputusan produsen dalam membayarkan pajak, karena semakin tinggi profit yang dihasilkan maka semakin besar pajak yang dibebankan. Hal ini juga akan berpengaruh pada

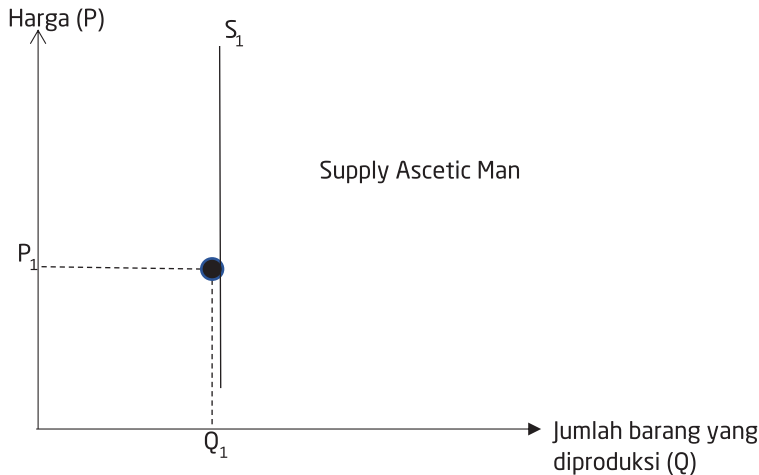
kualitas dan kuantitas barang hasil produksinya. Dengan demikian, jika seorang produsen hanya berorientasi pada duniawi dan hanya berpikir untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin maka beban pajak yang dapat mengurangi profit produsen akan menjadi salah satu penghalang bagi produsen dalam mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu produsen akan cenderung mengambil sikap untuk menghindari pajak. Sebaliknya jika produsen tetap membayarkan pajak, maka secara tidak langsung produsen akan berupaya untuk memproduksi barang dan jasa sebanyak mungkin tanpa memperdulikan kualitas yang dihasilkan, selama barang tersebut laku di pasar.

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa pada tipe manusia yang kedua yaitu *conventional economic man*, tipe ini adalah manusia yang orientasinya hanya pada duniawi saja, sehingga semakin jauh dia dari keimanan, semakin besar upayanya meraih keuntungan duniawi, sehingga produksinya meningkat, karena sangat cintanya pada dunia. Walaupun kurva penawaran *conventional economic man* dan *mashlahah-oriented economic man* sama, namun orientasi yang menjadi tujuan produsen berbeda. Seorang *conventional economic man* akan tetap melakukan produksi yang maksimal dan meraih keuntungan juga semaksimal mungkin (profit-oriented). Akan tetapi, seorang *conventional economic man* tidak akan memperdulikan faktor-faktor lain yang menjadi dampak atas maksimalisasi produksi yang dilakukan. Walaupun kurva penawaran bagi *conventional economic man* tetap memiliki hubungan yang positif, karena orientasi pada duniawi lebih besar maka produsen akan cenderung memiliki sikap yang egois dan hanya melakukan produksi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya semata, yaitu keuntungan yang maksimal. Apabila digambarkan kurva penawarannya, kurva penawaran seorang *conventional economic man* sebenarnya sama dengan *mashlahah-oriented economic man* yang membedakan hanyalah karakteristik perilakunya saja.

Contohnya, *marketplace* SSS yang saat ini terindikasi ingin memonopoli pasar *e-commerce* di Indonesia dengan meluncurkan layanan SSS Food. Sebagaimana dengan salah satu ciri pasar monopoli adalah kegiatan promosi produsen yang berlebihan sehingga konsumen hanya akan menggunakan satu produk saja, maka hal ini yang juga dilakukan oleh SSS dengan promosi gratis ongkir dan voucher diskon makanan yang cukup besar dengan jumlah yang tidak terbatas menyebabkan *e-commerce* lain seperti GGG dan GGB kehilangan pangsa pasarnya. Tindakan inilah yang kemudian tidak sejalan dengan perilaku *mashlahah-oriented economic man*, dimana seharusnya promosi seorang produsen tidak dilakukan secara berlebihan sehingga pasar tidak dimonopoli oleh salah satu pihak saja.

Ketiga, konsep penawaran bagi *ascetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *ascetic man* saja) adalah penawaran yang muncul dari aktivitas produksi dengan fokus pada keuntungan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pokok produsen. Penawaran ini cenderung berkontribusi minimal dalam perekonomian, mengingat penawaran barang bias pada kepentingan produsen yang mengejar pemenuhan kebutuhan pokoknya. Motivasi aktivitas produksi *ascetic man* bukan mengejar keuntungan untuk pemaksimalan pemanfaatan/kemaslahatan seperti *maslahah-oriented economic man*, dan bukan juga mengejar keuntungan untuk pemaksimalan keuntungan pribadi produsen seperti *conventional economic man*. Dengan logika ini, bentuk kurva penawaran *ascetic man*

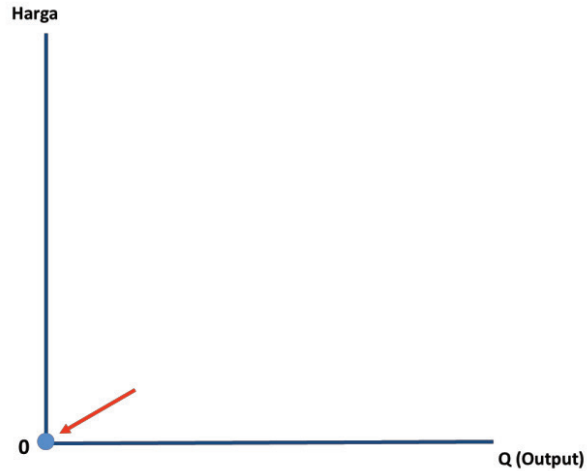
cenderung menggambarkan penyediaan atau penawaran barang tidak *sensitive* dengan perubahan harga, karena motivasi produksi *ascetic man* lebih pada tujuan pemenuhan penerimaan atau keuntungan yang mencukupi kebutuhan pokoknya.



Gambar 7.11. Kurva Penawaran *Ascetic Economic Man*

Sumber: Penulis

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat diketahui kurva penawaran *ascetic man* memiliki bentuk kurva yang cenderung *inelastic* sempurna, berbeda dengan kurva penawaran dari *mashlahah-oriented economic man* dan *conventional economic man*. Hal ini sekali lagi menunjukkan bahwa kurva penawarannya memberikan gambaran bahwa kenaikan harga tidak mendorong peningkatan atau tidak mempengaruhi penawaran barang (*inelastic*), karena jumlah barang yang diproduksi cenderung menyesuaikan dengan tingkat keuntungan yang ingin didapatkan, dimana keuntungan sesuai dengan kebutuhan pokok dari produsen yang *ascetic*. *Motivasi ascetic man* ini menyebabkan rendahnya kegiatan dalam memproduksi suatu barang (Q), dimana hasil produksi tersebut akan ditawarkan (dijual) dengan tingkat harga (P) yang memberikan keuntungan yang ditujukan bagi pemenuhan kebutuhan pokoknya. Dengan demikian seorang *ascetic* produsen cenderung memiliki sifat produksi yang minimal karena barang yang diproduksi hanya berorientasi pada kecukupan bagi produsen yang *ascetic man* itu saja.



Gambar 7.12. Kurva *Apathetic Economic Man*

Sumber: Penulis

Keempat, *apathetic economic man* (selanjutnya dapat disebut *apathetic man* saja) dalam ruang lingkup ekonomi dapat digambarkan sebagai seseorang yang memiliki keinginan yang rendah atau bahkan tidak memiliki keinginan dalam meningkatkan taraf hidup serta tidak memiliki kepedulian dalam menghadapi dan mengatasi masalah ekonomi. Dengan karakter atau profil tersebut, dapat dikatakan manusia tipe ini tidak memiliki kemampuan menjadi seorang produsen. Artinya posisi atau kontribusi *apathetic man* dalam ekonomi khususnya di sisi produksi cenderung tidak ada.

Maka berdasarkan penjelasan di atas, kurva penawaran bagi *apathetic man* tidak dapat dibentuk karena tidak adanya hubungan antara harga (P) dan barang yang diproduksi (Q). Oleh karena itu, produksi yang dihasilkan oleh *apathetic man* akan cenderung tidak ada (0) karena tidak jelasnya orientasi yang ingin dicapai baik secara *ukhrawi* dan duniawi.

Berdasarkan penjelasan di atas, konsep penawaran yang ideal adalah konsep penawaran dari tipologi *mashlahah-oriented economic man*. Sebagaimana yang digambarkan bahwa kurva *mashlahah-oriented economic man* berada pada titik P dan titik Q yang positif, hal ini menunjukkan keseimbangan orientasi akhirat dan dunia yang dicapai oleh produsen. Melalui produksi barang yang sesuai dengan kebutuhan manusia dan menawarkan dengan harga yang realistis sehingga penawaran pada produsen *mashlahah-oriented economic man* dapat mencapai titik ekuilibrium antara orientasi akhirat dan dunia. Hal ini juga didukung dengan implementasi *mashlahah* untuk mencapai *maqashid syariah*. Dengan demikian dari penjelasan keempat tipologi di atas dapat disimpulkan dalam tabel 7.3 berikut.

Tabel 7.3 Perbedaan 4 Tipologi Manusia dalam Konsep Penawaran

Tipologi	Orientasi	Karakteristik	Output yang ditawarkan
<i>Mashlahah - Oriented Economic Man</i>	Kegiatan produksi dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat (<i>falah</i>).	Kegiatan produksi yang sesuai dengan <i>maqashid syariah</i> , dan mengutamakan kebutuhan dan pelayanan kepada masyarakat (publik).	Hasil produksi adalah barang dan jasa yang sesuai dengan syariat Islam (halal dan tidak mengandung unsur <i>maghrib</i>) dan dibutuhkan masyarakat dengan tingkat harga yang terjangkau.
<i>Conventional Economic Man</i>	Kegiatan produksi hanya bertujuan untuk keuntungan pribadi dan kesejahteraan dunia saja.	Memaksimalkan produksi untuk memperoleh keuntungan yang maksimal (<i>profit oriented</i>).	Produksi barang dan jasa yang dapat mengandung unsur haram dan <i>maghrib</i> (<i>maysir, gharar dan riba</i>). Harga yang ditetapkan pada tingkat yang memberikan keuntungan maksimal bagi produsen/penjual.
<i>Ascetic Economic Man</i>	Kegiatan produksi hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok pribadi atau keluarganya	kegiatan produksi menjadi tidak optimal	Hasil produksi barang dan jasa hanya difokuskan untuk menghasilkan keuntungan yang cukup memenuhi kebutuhan pokok produsen saja.
<i>Apathetic Economic Man</i>	Tidak memiliki orientasi baik di dunia maupun di akhirat.	tidak memiliki kemampuan produksi	Tidak memiliki kemampuan produksi sehingga tidak ada output yang dihasilkan

Sumber: Penulis

Studi Kasus

Bisnis *fashion* saat ini sedang marak dikembangkan. Tidak hanya diproduksi dengan skala besar oleh pengusaha yang sudah memiliki nama, namun bagi pengusaha di kalangan menengah juga mulai memasuki dunia *fashion*. Salah satunya adalah *Ayasha_Hijab Store* yang dimiliki oleh Mbak Wulan di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berawal dari inisiatif menjual jilbab dengan harga yang murah untuk warga di sekitar rumahnya, saat ini *Ayasha_Hijab Store* sudah mengembangkan usahanya untuk memproduksi pakaian, gamis, dan rok dengan harga yang murah, namun kualitasnya tetap bagus. Niat Mbak Wulan dalam memproduksi pakaian ini tidak hanya didasarkan pada mencari keuntungan semata. Akan tetapi niat untuk menyediakan pakaian yang sesuai dengan

syariat Islam dengan harga terjangkau bagi umat Muslim. Selain itu, Mbak Wulan juga percaya bahwa dengan memberikan kemudahan kepada konsumennya untuk mendapatkan pakaian dengan harga yang murah tetapi dengan kualitas yang bagus dan sesuai syariat, akan menjadi sarana dakwah dalam mengajarkan agama kepada konsumennya. Perilaku yang dilakukan oleh Mbak Wulan ini yang kemudian mencerminkan seorang produsen sebagai *Mashlahah-Oriented Economic Man*. Dimana beliau tidak hanya berorientasi pada tujuan dunia dengan meraih keuntungan semata, namun juga berorientasi *ukhrawi* dengan memproduksi dan menjual pakaian yang sesuai dengan syariat dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dilakukan agar semua kalangan masyarakat Muslim dapat memenuhi kebutuhan sandangnya dengan baik.

Kesimpulan

Hukum penawaran memiliki pengertian berbanding terbalik dengan hukum permintaan, dimana semakin naik harga barang dan jasa, maka semakin tinggi jumlah barang yang ditawarkan. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu faktor penting dalam sisi penawaran. Apabila harga suatu barang dinilai sangat rendah, sehingga tidak mampu menutup biaya produksi maka produsen pun akan enggan dalam memproduksi barang dalam jumlah tertentu. Pada kajian ekonomi mikro Islam, seorang produsen dalam menawarkan hasil produksinya harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam syariat Islam. Dimana produsen tidak semata-mata mengejar keuntungan yang tinggi untuk kenikmatan duniawi, namun juga berikhtiar dalam mencapai kesejahteraan akhirat (*ukhrawi*). Oleh karena itu untuk menciptakan keseimbangan maka dalam konsep penawaran yang Islami, seorang produsen harus memberikan penawaran harga yang adil (*ats-tsaman al-adl*) selayaknya pandangan Al-Ghazali tentang konsep penawaran Islami.

Rangkuman

1. Penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen pada tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu di pasar. Kurva penawaran memiliki hukum positif yang berbanding lurus antara harga (P) dan jumlah barang dan jasa (Q). Hukum penawaran memiliki arti semakin tinggi harga barang dan jasa, maka semakin tinggi jumlah barang dan jasa yang ditawarkan.
2. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penawaran seperti harga yang akan mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Adapun faktor lain yang mempengaruhi penawaran adalah teknologi, harga faktor produksi, perkiraan masa depan, jumlah produsen, kondisi alam dan harga barang lain. Faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan pergerakan kurva penawaran baik bergerak ke kiri atau ke kanan bergantung dengan faktor yang mempengaruhinya.
3. Konsep penawaran dalam Islam memiliki perspektif yang berbeda dengan konsep penawaran konvensional. Penawaran dalam perspektif Islam memberikan dorongan kepada produsen tidak hanya mengejar orientasi dunia, tetapi juga akhirat untuk mencapai *mashlahah*. Produsen yang Islami akan melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan prinsip Islam dan melakukan penawaran dengan menciptakan harga yang adil sesuai dengan jumlah barang dan jasa yang akan ditawarkan.

4. Konsep penawaran dalam Islam memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan konsep penawaran konvensional. Hal ini dapat ditunjukkan dengan membandingkan perilaku manusia (tipologi) sebagai seorang produsen. Pada hakikatnya seorang *Islamic Mashlahah-Oriented Economic Man* memiliki sifat yang paling ideal dalam menggambarkan konsep penawaran. Melalui produksi barang yang sesuai dengan kebutuhan manusia dan menawarkan dengan harga yang realistis sehingga penawaran pada produsen *mashlahah-oriented economic man* dapat mencapai titik ekuilibrium pada orientasi dunia dan akhirat.

Pertanyaan

1. Jelaskan konsep penawaran dalam ekonomi mikro Islam!
2. Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan kurva penawaran!
3. Jelaskan konsep penawaran berdasarkan 4 tipologi manusia!
4. Gambarkan kurva penawaran berdasarkan 4 tipologi manusia!

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Amil Zakat Nasional. (2018). *Kajian Had Kifayah 2018*. Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Janis, N. (2014). BPJS Kesehatan, Supply dan Demand terhadap Layanan Kesehatan. Depkeu, 1-8.
- Karim, A. A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta.
- Karim, A. A. (2015). *Ekonomi Mikro Islami* (Ed. 5, Cet). Rajawali Pers.
- Mahri, A. J. W., Cupian, Arif, M. N. R. Al, Arundina, T., Widiastuti, T., Mubarak, F., Fajri, M., Azizon, & Nurasyiah, A. (2015). *Ekonomi Pembangunan Islam* (M. Irfan, A. Sakti, S. E. Hidayat, M. S. Nurzaman, & I. S. Beik (eds.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Mankiw, G. (2010). *Macroeconomics* (Seventh Ed). Worth Publisher.
- Mawardi, I., & Herianingrum, S. (2018). *Hadd Al- Kifayah (Subsistence Criteria) As a Measurement of Islamic Socio-Economic Security*. 98(Icpsuas 2017), 127-131. <https://doi.org/10.2991/icpsuas-17.2018.29>
- Nasution, M. I., & Prayogi, M. A. (2019). The Utilization of Zakah Productive towards Micro-Business Growth and Mustahik Welfare. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*:

Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan, 20(1), 1-11. <https://doi.org/10.23917/jep.v20i1.6576>

Nopirin. (2015). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro* (Cetakan 12). BPFE.

Permana, I. (2020). Teori Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBSIS)*, 2(1), 14-17. <http://ojs.elearning-pintar.com/index.php/jebasis/article/view/12>

Rahmi, A. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 177. <https://doi.org/10.26418/jebik.v4i2.12481>

Steiner, P. (2012). Religion and Economy in Durkheim: Two Forms of Social Cohesion? *Archives de Sciences Sociales Des Religions*, 159(3), 247-263. https://www.cairn-int.info/article-E_ASSR_159_0247--religion-and-economics-in-durkheim-s.htm

Sugiyanto, & Romadhina, A. P. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).

Yulia, Z. (2019). Teori penawaran islami. *Teori Penawaran Islami*, 1(02), 276-286.

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB 8: MEKANISME PASAR

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut:

- Keterkaitan tipologi manusia dengan mekanisme pasar.
- Mekanisme pasar dalam pandangan ekonom muslim.
- Peranan pemerintah dalam mengawasi pasar.

8.1. *Maslahah-Oriented Economic Man* dan Mekanisme Pasar

Sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya bahwa terdapat empat tipe manusia, yaitu: *Maslahah-oriented economic man*, *conventional economic man*, *ascetic man*, dan *apathetic man*. Tipe manusia ini mencakup baik dari sisi konsumen maupun produsen. Pada bab sebelumnya dinyatakan bahwa seorang konsumen muslim (*Maslahah-oriented economic man*) harus melakukan pembelanjaan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, termasuk pembelanjaan tidak hanya barang duniawi namun untuk pembelanjaan di jalan Allah SWT. Konsumen muslim akan berorientasi pada masalah dan tidak mencari utilitas. Oleh karenanya barang yang diminta oleh konsumen di pasar ialah benar-benar barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan.

Tabel 8.1. Keterkaitan Tipologi Manusia dan Bentuk Pasar

	Tipe Produsen	Tipe Konsumen	Bentuk Pasar
Tipologi Manusia	<i>Maslahah-oriented economic man</i>	<i>Maslahah-oriented economic man</i>	Pasar sempurna
	<i>Maslahah-oriented economic man</i>	<i>Conventional Economic man</i>	Ketidaksempurnaan pasar
	<i>Conventional Economic man</i>	<i>Maslahah-oriented economic man</i>	Ketidaksempurnaan pasar
	<i>Conventional Economic man</i>	<i>Conventional Economic man</i>	Ketidaksempurnaan pasar

Sedangkan di sisi produsen, seorang *Maslahah-oriented economic man* tidak akan mengambil keuntungan dengan cara yang batil. Produsen akan menjamin terwujudnya persaingan yang sehat dan memastikan tidak ada bentuk ke dzaliman terhadap konsumen. Motivasi seorang produsen muslim yang bersifat *Maslahah-oriented economic man* ialah tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata, melainkan harus berorientasi pada masalah. Sehingga, produsen akan memproduksi suatu barang yang baik dan memberikan kebermanfaatan yang lebih luas. Tabel 8.1. menjelaskan keterkaitan antara tipologi manusia dengan bentuk pasar yang terjadi. Apabila kedua pelaku ekonomi memiliki tipe *maslahah-oriented economic man*, maka kesempurnaan pasar akan terwujud. Namun apabila ada salah satu atau kedua pelaku ekonomi memiliki tipe *conventional*

economic man, maka pasar akan menjadi tidak sempurna. Penjelasan lebih lanjut mengenai pasar yang tidak sempurna akan disampaikan pada bab berikutnya.

Sementara itu, *ascetic man* dan *apathetic man* tidak digambarkan dalam tabel 8.1, mengingat keduanya dinilai tidak memiliki pengaruh yang besar atau bahkan tidak memiliki pengaruh sama sekali bagi pasar. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya tipe *ascetic man* merupakan tipologi manusia yang hanya mementingkan ibadah spiritual yang bersifat personal semata, namun tidak mau terlibat di dalam urusan yang sifatnya duniawi. Mereka hanya memenuhi kebutuhan secukupnya saja, begitu pula pada aspek produksi tipe manusia ini hanya melakukan perdagangan atau produksi yang hanya memenuhi kebutuhan hidup standar saja. Sedangkan tipe *apathetic man* merupakan tipe yang sama sekali tidak memikirkan baik urusan duniawi dan ukhrawi, tentu hal ini akan berimbas pula kepada pasar, dimana tipologi manusia *apathetic man* tidak akan terlibat di dalam proses keseimbangan pasar.

Rasulullah dalam praktik dagangnya selalu fokus pada reputasi dan kualitas produknya. Setiap produk akan selalu dijelaskan dengan jujur apakah itu ada kelebihan atau kekurangannya. Kemudian Rasulullah tidak pernah sekalipun beliau mengurangi takaran atau timbangan, selain itu beliau tidak pernah melakukan praktik perang harga dengan sesama pedagang lainnya. Suri tauladan yang ditampilkan oleh Rasulullah merupakan sosok ideal seorang produsen muslim yang masuk dalam kategori *Maslahah-oriented economic man*.

Keterbukaan informasi antara seorang konsumen muslim yang rasional dan produsen muslim yang rasional akan menjadikan mekanisme pasar bekerja dengan efektif. Mekanisme pasar yang menentukan harga ditentukan oleh interaksi antara konsumen dan produsen. *Maslahah-oriented economic man* akan menjadikan pasar mampu bergerak kepada keseimbangan yang efisien. Mekanisme pasar yang sempurna akan menghasilkan harga yang adil bagi produsen dan konsumen.

Namun ketidaksempurnaan pasar akan terjadi apabila terdapat salah satu pihak bertindak hanya mengikuti kepentingan pribadinya semata. Pembahasan lebih lanjut mengenai ketidaksempurnaan pasar akan dijelaskan pada bab berikutnya. Contoh produsen yang hanya mengikuti naluri *self interest*-nya ialah seorang produsen yang curang dalam timbangannya. Padahal Islam jelas melarang praktik perniagaan yang dilakukan secara batil. Hal ini sebagaimana yang terdapat pada Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29.

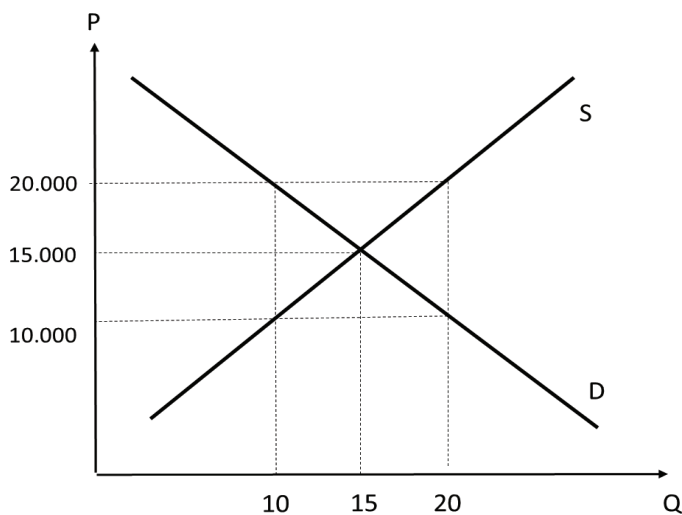
"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS An-Nisa: 29)

8.2. Keseimbangan Pasar

Pada bab 5 dan bab 7 telah dijelaskan bagaimana permintaan dan penawaran dari seorang *maslahah-oriented economic man*. Tabel 8.1 menunjukkan bahwa pasar yang

sempurna akan terbentuk apabila kedua pelaku ekonomi memiliki tipe *masalah-oriented economic man*. Keseimbangan pasar akan terwujud ketika terjadi perpotongan antara kurva permintaan dengan kurva penawaran. Sebagaimana yang diperlihatkan pada Gambar 8.1, mekanisme pasar akan mampu mendorong pasar ke titik kesesimbangannya. Pada titik kesesimbangan ini tidak ada kekurangan ataupun kelebihan penawaran, juga tidak ada tekanan terhadap harga untuk berubah lagi. Tiap tingkat harga mampu bergerak sesuai dengan perubahan tingkat permintaan dan tingkat penawaran yang terjadi di pasar.

Untuk memahami mengapa pasar cenderung mengarah ke titik kesesimbangan, misalkan pada awalnya harga berada di atas tingkat kesesimbangan pasar, katakan P_1 . Produsen akan berusaha memproduksi dan menjual lebih daripada yang bersedia dibeli konsumen. Karenanya akan terjadi surplus, yaitu jumlah penawaran lebih banyak dibandingkan jumlah permintaan. Untuk menjual surplus ini, produsen akan mulai menurunkan harga sampai dengan harga kesesimbangan tercapai. Hal yang sebaliknya akan terjadi jika harga mula-mula ada di bawah P_0 , katakanlah P_2 . Kekurangan akan terjadi karena jumlah permintaan melebihi jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Ini akan mengakibatkan tekanan ke atas terhadap harga karena sesama konsumen akan saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan penawaran yang ada, dan produsen merespons dengan menaikkan harga dan menambah barang, sehingga harga akhirnya akan mencapai harga kesesimbangan P_0 .



Gambar 8.1 Mekanisme Pasar

Tabel 8.2. Keseimbangan Permintaan dan Penawaran

Harga (P)	Jumlah Barang yang diminta (D)	Jumlah Barang yang ditawarkan (S)	Keterangan
Rp 30.000	5	30	Kelebihan Supply
Rp 25.000	7	25	Kelebihan Supply
Rp 20.000	10	20	Kelebihan Supply
Rp 15.000	15	15	Keseimbangan
Rp 10.000	25	10	Kelebihan Demand
Rp 5.000	30	5	Kelebihan Demand

8.3. Mekanisme Pasar Pada Masa Rasulullah

Rasulullah telah dididik untuk menjadi pedagang sejak usia 7 tahun oleh pamannya, beliau telah diajak melakukan perjalanan ke negeri Syam. Kemudian setelah dewasa telah melakukan kemitraan dagang dengan banyak pihak. Oleh karenanya pasar telah pula menjadi bagian penting dalam menggerakkan perekonomian pada masa Rasulullah dan para sahabatnya. Rasulullah dikenal sebagai pedagang yang profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran, sehingga ia mendapatkan julukan *'al-amin* (yang terpercaya). Hal ini menunjukkan bahwa sebagai seorang pedagang, Rasulullah telah menunjukkan dirinya sebagai seorang *masalahah-oriented economic man*.

Namun setelah menjadi Rasul, Nabi Muhammad memang tidak lagi menjadi pelaku bisnis secara aktif karena situasi dan kondisinya yang tidak memungkinkan. Pada saat awal perkembangan Islam di Makkah Rasulullah Saw. dan masyarakat Muslim mendapat gangguan dan teror yang berat dari masyarakat kafir makkah (terutama suku Quraisy, suku Rasulullah Saw. sendiri) sehingga perjuangan dan dakwah merupakan prioritas. Ketika masyarakat Muslim telah berhijrah (bermigrasi) ke Madinah, peran Rasulullah bergeser menjadi pengawas pasar atau *al-muhtasib*. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah dan sekitarnya agar tetap dapat berlangsung secara Islam (P3EI UII, 2008).

Beliau sangat menghargai proses mekanisme pasar yang terjadi, karena pembeli dan penjual yang sama-sama *masalahah-oriented economic man* akan mampu menghasilkan harga yang adil. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga ketika di suatu saat harga di Madinah meningkat. Selama proses kenaikan harga terjadi karena kekuatan penawaran dan permintaan yang murni, dan bukan oleh dorongan seperti perilaku monopolistik maupun monopsonistik, maka tidak ada alasan untuk melakukan intervensi harga di pasar. Pada saat itu para sahabat berkata,

"Wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!". Beliau menjawab, "Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku meng-

harapkan dapat menemui Tuhanku di mana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.”¹¹

Dalam hadis di atas jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorang pun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan (*zulm/injustice*) yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga, pasar adalah laksana orang yang berjuang dijalan Allah (*jihad fii sabilillah*), sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah. Rasulullah melarang jual beli di bawah atau lebih tinggi dari harga pasar dengan niat merusak harga keseimbangan di pasar. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Thawus dari Ibnu Abbas RA, Rasulullah SAW bersabda.

“Janganlah kamu menjemput (mencegat) pada pedagang yang membawa barang-barang dagangan mereka sebelum diketahui harga pasaran, dan janganlah orang kota menjual barang buat orang desa. Aku bertanya kepada Ibnu Abbas: apa yang dimaksud dari sabda Rasul bahwa orang kota tidak boleh menjual dagangannya dengan orang desa itu? Jawab Ibnu Abbas: maksudnya janganlah orang kota menjadi makelar orang desa” (Hadits disepakati Imam Bukhari dan Muslim).

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka (*antaradin min-kum/mutual goodwill*). Dalam Alquran dinyatakan:

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penayang kepadamu” (An-Nisa:29).

Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-Quran. Untuk itulah Rasulullah telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik-praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar yang Islami.

8.4. Mekanisme Pasar dalam Pandangan Ekonom Muslim

Pasar telah mendapatkan perhatian memadai dari para ulama klasik seperti Abu Yusuf (113 - 182 H), Al-Ghazali (450 - 505 H), Ibn Khaldun (732 - 808 H), Ibn Taimiyah (661 - 728 H). Pemikiran-pemikiran mereka tentang pasar tidak saja mampu memberikan

1. Hadits ini diriwayatkan oleh enam imam hadis yang utama, kecuali An-Nasai sehingga merupakan hadis hasan sahih.

analisis yang tajam tentang apa yang terjadi pada masa itu, tetapi tergolong ‘futuristik’. Banyak dari pemikiran mereka baru dibahas oleh ilmuwan-ilmuwan Barat beratus-ratus tahun kemudian.

a. Pasar Dalam Pandangan Abu Yusuf (113 - 182 H)

Salah satu pemikiran Abu Yusuf selain tentang perpajakan turut pula membahas beberapa prinsip dasar mekanisme pasar. Salah satu tulisannya menguraikan tentang naik dan turunnya produksi yang dapat memengaruhi harga di pasar. Menurut beliau tidak ada batasan pasti murah dan mahal yang bisa dipastikan. Ini adalah masalah yang diputuskan dari surga; prinsipnya tidak diketahui. Murah bukan karena berlimpahnya makanan, atau mahal karena kelangkaan. Mereka tunduk pada perintah dan keputusan Tuhan. Kadang makanannya banyak tapi masih sayang banget dan kadang terlalu sedikit tapi harganya murah (Muhammad, 2004).

Pada masa itu masyarakat memahami bahwa harga suatu barang hanya ditentukan dari sisi penawaran saja. Dengan kata lain, bila hanya tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal, sebaliknya jika tersedia banyak barang, maka harga akan murah. Bahkan, Abu Yusuf mengindikasikan adanya variabel-variabel lain yang juga turut mempengaruhi harga misalnya jumlah uang beredar di negara itu, penimbunan atau penahanan suatu barang, atau lainnya. Pada dasarnya pemikiran Abu Yusuf ini merupakan hasil observasinya terhadap fakta empiris, sering kali terjadi melimpahnya barang ternyata diikuti dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah. Siddiqi (1964) dalam Muhammad (2004) menjelaskan tentang pemikiran Abu Yusuf:

Abu Yusuf's remark should be taken to be a statement of something he observed: the possible coexistence of abundance and high prices and of scarcity and low prices. Abu Yusuf dealt with the issue of grain prices incidentally while arguing in favour of proportionate taxes as against a fixed rent of land. He was not discussing price determination as such, so he could not relate the phenomenon he observed to changes in the supply of money. His remark does not amount to a denial of the role of demand and supply in the determination of price.

b. Pasar Dalam Pandangan Al-Ghazali (450 - 505 H)

Al-Ghazali telah membahas pula mengenai pasar di dalam karyanya. Beliau telah membicarakan mengenai barter dan permasalahannya, pentingnya aktivitas perdagangan dan evolusi terjadinya pasar, termasuk bekerjanya kekuatan permintaan dan penawaran dalam memengaruhi harga. Dalam penjelasan mengenai proses terbentuknya suatu pasar, beliau menyatakan.

"Dapat saja petani hidup di mana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup di mana lahan pertanian tidak ada. Namun, secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat saja terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat terse-

but. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak, dan penyimpanan hasil pertanian di pihak lain. Tempat inilah yang kemudian didatangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar. Petani, tukang kayu dan pandai besi yang tidak dapat langsung melakukan barter juga terdorong pergi ke pasar ini. Bila di pasar juga tidak ditemukan orang yang mau melakukan barter, maka ia akan menjual kepada pedagang dengan harga yang relatif murah, untuk kemudian disimpan sebagai persediaan. Pedagang kemudian menjualnya dengan suatu tingkat keuntungan. Hal ini berlaku untuk setiap jenis barang.” (P3EI UII, 2008)

Merujuk pada pernyataan diatas, Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut *double coincidence*, dan karena itu diperlukan suatu pasar. Selanjutnya, ia juga memperkirakan kejadian ini akan berlanjut dalam skala yang lebih luas, mencakup banyak daerah atau negara. Kesimpulan ini jelas tersirat dari pertanyaannya, “Selanjutnya praktik-praktik ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat, makanan, dan membawanya ke tempat lain. Keadaan inilah yang pada gilirannya menimbulkan kebutuhan alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja mencari keuntungan. Para pedagang ini bekerja keras memenuhi kebutuhan orang lain dan mendapat keuntungan dan makan oleh orang lain juga.”

Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, di mana etika ini diturunkan dari nilai-nilai Islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi (P3EI UII, 2008).

Bentuk kurva permintaan yang berlereng negatif dan bentuk kurva penawaran yang berlereng positif telah mendapat perhatian yang jelas dari Al-Ghazali, meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit. Ia menyatakan, “jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, maka ia akan menjual barangnya dengan harga lebih murah”. Pertanyaan ini sebenarnya sama dengan makna kurva-kurva penawaran yang berslope positif, yaitu naik dari kiri bawah ke kanan atas. Sementara itu, bentuk kurva permintaan yang berlereng negatif secara implisit tampak dalam pernyataannya, “harga dapat diturunkan dengan mengurangi permintaan.” Yang lebih menarik, konsep yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan ternyata telah dipahami oleh Al-Ghazali. Hal ini tampak jelas dari perkataannya bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

Al-Ghazali memberikan saran agar penjualan barang kebutuhan pokok tidak dibebani keuntungan yang besar agar tidak terlalu membebani masyarakat. Ia mengatakan, “Karena makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi mel-

alui penetapan harga yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih besar. Keuntungan semacam ini seyogianya dicari dari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok. Secara tidak langsung Al-Ghazali telah menyatakan bahwa barang kebutuhan pokok memiliki kurva permintaan yang inelastis sebagaimana yang telah dijelaskan dalam buku teks ekonomi konvensional.

c. Pasar Dalam Pandangan Ibnu Taimiyah (661 - 728 H)

Pemikiran Ibnu Taimiyah mengenai mekanisme pasar banyak dicurahkan melalui bukunya yang sangat terkenal, yaitu *Al-Hisbah fi'l Al-Islam* dan *Majmu' Fatawa*. Pandangan Ibnu Taimiyah mengenai hal ini sebenarnya terfokus pada masalah pergerakan harga yang terjadi pada waktu itu, tetapi ia letakkan dalam kerangka mekanisme pasar. Secara umum, beliau telah menunjukkan *the beauty of market* (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi), di samping segala kelemahannya. Ibn Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan (*zulm/injustice*) dari para pedagang/penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu. Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Dalam *Al-Hisbah*-nya, Ibnu Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan.

"Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan (zulm/injustice) dari beberapa bagian pelaku transaksi. Terkadang penyebabnya adalah defisiensi dalam produksi atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar. Oleh karena itu, jika permintaan terhadap barang-barang tersebut menaik sementara ketersediaannya menurun, maka harganya akan naik. Sebaliknya, jika ketersediaan barang-barang menaik dan permintaan terhadapnya menurun, maka harga barang tersebut akan turun juga. Kelangkaan (scarcity) dan keberlimpahan (abundance) barang mungkin bukan disebabkan oleh tindakan sebagian orang, kadang-kadang disebabkan karena tindakan yang tidak adil atau juga bukan. Hal ini adalah kehendak Allah yang telah menciptakan keinginan dalam hati manusia."(P3EI UII, 2008)

Ibn Taimiyah menjelaskan pula tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga sebagai berikut (P3EI UII, 2008):

- Keinginan orang (*al-raqabah*) terhadap barang-barang seringkali berbeda-beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya barang diminta tersebut (*al-matlub*). Suatu barang akan lebih disukai apabila ia langka daripada tersedia dalam jumlah yang berlebihan.
- Jumlah orang yang meminta (*demandar/tullab*) juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlahnya sedikit.
- Harga juga akan dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, maka harga akan naik lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhannya lemah dan sedikit.
- Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*al-muawin*). Jika pembeli ini merupakan orang kaya dan terpercaya (kredibel) dalam membayar

kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).

- Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli. Jika uang yang digunakan adalah uang yang diterima luas, maka kemungkinan harga akan lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan uang yang kurang diterima luas.
- Tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi semua janjinya, maka transaksi akan lebih lancar dibandingkan dengan pembeli yang tidak memiliki kemampuan membayar dan mengingkari janjinya. Objek dari suatu transaksi terkadang (secara fisik) nyata atau juga tidak. Tingkat harga barang yang lebih nyata (secara fisik) akan lebih rendah dibandingkan dengan yang tidak nyata. Hal yang sama dapat diterapkan untuk pembeli yang kadang-kadang dapat membayar karena memiliki uang, tetapi kadang-kadang mereka tidak memiliki (uang *cash*) dan ingin meminjam. Harga pada kasus yang pertama kemungkinan lebih rendah daripada yang kedua.
- Kasus yang sama dapat diterapkan pada orang yang menyewakan suatu barang. Kemungkinan ia berada pada posisi sedemikian rupa sehingga penyewa dapat memperoleh manfaat dengan tanpa (tambahan) biaya apa pun. Namun, kadang-kadang penyewa tidak dapat memperoleh manfaat ini jika tanpa tambahan biaya, misalnya seperti yang terjadi di desa-desa yang dikuasai penindas atau oleh perampok, atau di suatu tempat diganggu oleh binatang-binatang pemangsa. Sebenarnya, harga (sewa) tanah seperti itu tidaklah sama dengan harga tanah yang membutuhkan biaya-biaya tambahan ini.

Pernyataan-pernyataan di atas sesungguhnya menunjukkan kompleksitas penentu harga di pasar. Ibnu Taimiyah secara implisit menunjukan peranan ekspektasi terhadap permintaan, kemudian terhadap harganya. Menurutnya, keinginan seseorang terhadap suatu barang dipengaruhi oleh ketersediaan barang tersebut. Jika ketersediaan suatu barang langka, maka masyarakat khawatir bahwa esok kemungkinan akan lebih langka sehingga mereka berusaha untuk meningkatkan permintaannya saat ini. Selanjutnya, harga juga akan meningkat jika jumlah orang yang meminta banyak, demikian pula sebaliknya. Pernyataan ini merupakan logika yang amat jelas tentang hubungan kuantitas yang diminta dengan tingkat harga. Kemudian penjelasan di atas mengindikasikan pengaruh *aggregate demand* terhadap harga. Selain itu, beliau menunjukkan pula bahwa barang yang amat dibutuhkan akan menimbulkan permintaan kuat terhadapnya sehingga harganya cenderung tinggi. Barang-barang seperti ini berarti tingkat substitusinya rendah.

Selain itu, Ibnu Taimiyah telah melakukan analisis pula pada transaksi kredit. Jika konsumen kaya dan kredibel, maka kepastian pembayaran akan lebih tinggi sehingga harga akan lebih rendah jika keadaan konsumen adalah sebaliknya. Jika konsumen miskin dan tidak kredibel, maka kemungkinan ia menunda atau mengingkari pembayaran akan lebih besar terjadi. Jadi, di sini secara implisit Ibn Taimiyah sebenarnya memasukkan premi risiko (*risk premium*) dalam komponen pembentuk harga. Semakin kredibel seorang konsumen, maka semakin rendah premi risikonya sehingga harganya jauh lebih rendah,

demikian sebaliknya. Pembahasannya tentang premi risiko ini juga tampak jelas pada penjelasan diatas, dimana ia juga menyebutkan soal kapasitas fisik dari barang yang diperjualbelikan sebagai pembentuk harga. Jika harga yang ditransaksikan tidak jelas wujud fisiknya, maka harga juga akan lebih tinggi sebab harus ada premi risiko yang lebih besar pula.

Masalah penggunaan jenis uang juga dapat mempengaruhi tingkat harga. Transaksi yang menggunakan uang yang diterima luas (*naqd ra'ij*) dapat menghasilkan harga yang lebih rendah. Istilah *naqd ra'ij* sama dengan pengertian *hard currencies* (mata uang kuat) pada saat ini. Dengan menggunakan *hard currencies*, maka risiko instabilitas nilai uang akan lebih kecil dibandingkan menggunakan *soft currencies* (mata uang lemah) sehingga risiko kesalahan dalam transaksi bisa diperkecil. Pada masa itu, di Damaskus mata uang dirham (uang perak) lebih umum diterima, sementara uang dinar (emas) tidak banyak dipakai sebagai uang. Di samping faktor-faktor yang telah disebutkan dalam penjelasan diatas, Ibnu Taimiyah memasukkan kemungkinan adanya biaya tambahan (*addition-al cost*) dalam transaksi sehingga mempengaruhi harga. Jika terdapat biaya tambahan, maka wajar jika tingkat harga akan lebih tinggi, demikian pula sebaliknya. Biaya tambahan ini ragamnya sangat banyak, meskipun dalam pernyataannya ia hanya mengambil contoh biaya tambahan yang mungkin timbul dalam transaksi di daerah yang berisiko keamanan. Ibnu Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga yang akan mengganggu mekanisme yang bebas. Sepanjang kenaikan atau penurunan permintaan dan penawaran disebabkan oleh faktor-faktor alamiah, maka dilarang dilakukan intervensi harga. Intervensi hanya dibenarkan pada kasus-kasus spesifik dan dengan persyaratan yang spesifik pula, misalnya adanya *ikhtikar*.

d. Mekanisme Pasar Menurut Ibnu Khaldun (732 - 808 H)

Pemikiran Ibn Khaldun tentang pasar termuat dalam buku yang monumental, *Al-Muqaddimah*. Beliau membagi barang-barang menjadi dua kategori, yaitu barang pokok dan barang mewah. Menurutny, jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, maka harga barang-barang pokok akan menurun sementara harga barang mewah akan menaik. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penawaran bahan pangan dan barang pokok lainnya sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga pengadaannya akan diprioritaskan. Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan permintaan barang mewah ini. Ibn Khaldun sebenarnya menjelaskan pengaruh permintaan dan penawaran terhadap tingkat harga. Secara lebih rinci ia juga menjelaskan pengaruh persaingan di antara para konsumen dan meningkatnya biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan-pungutan lain terhadap tingkat harga.

Dalam buku tersebut, Ibn Khaldun juga mendeskripsikan pengaruh kenaikan dan penurunan penawaran terhadap tingkat harga. Ia menyatakan,

"...When goods (brought from outside) are few and rare, their prices go up. On the

other hand, when the country is near and the road is safe for travelling, there will be many to transport the goods. Thus they will be found in large quantities, and the price will go down.” (Rosenthal, 1967 dalam Muhammad, 2004)

Pengaruh tinggi rendahnya tingkat keuntungan terhadap perilaku pasar, khususnya produsen, juga mendapat perhatian dari Ibnu Taimiyah. Menurutnya, tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat lesu perdagangan. Para pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi bertransaksi. Sebaliknya, jika tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen.

Ibnu Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak mengajukan saran-saran kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang memengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibnu Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan normal.

Berdasarkan paparan pandangan empat tokoh muslim diatas menunjukkan bahwa Islam memandang bahwa pasar memegang peranan penting dalam perekonomian. Keseimbangan yang terjadi di pasar haruslah keseimbangan yang murni tercipta karena tarikan permintaan dan penawaran. Pemerintah harus berperan sebagai pengawas pasar, dimana hanya akan bertindak apabila terjadi distorsi pasar. Pandangan para ekonom muslim diatas selaras dengan tipologi manusia yang telah dijelaskan pada Tabel 8.1. Apabila para pelaku ekonomi baik dari sisi konsumen maupun produsen sama-sama berorientasi pada pencapaian maslahah, maka akan terwujud suatu keseimbangan pasar yang sempurna.

8.5. Peran Pemerintah dalam Pengawasan Pasar

Salah satu fungsi negara ialah untuk memastikan mekanisme pasar bekerja secara efisien dan menguntungkan semua individu (Tamkin dan Zarrina, 2002; Ibrahim, 2021). Untuk lebih menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna peranan pemerintah sangat penting. Rasulullah Saw. Sendiri telah menjalankan fungsi sebagai *market supervisor* atau *Al-Hisbah*, yang kemudian banyak dijadikan acuan untuk peran negara terhadap pasar. Sementara dalam bukunya *Al-Hisbah fi' l Islam*, Ibn Taimiyah banyak mengungkap tentang peranan *Al-Hisbah* pada masa Rasulullah Saw. Rasulullah Saw. Sering melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Sering kali dalam inspeksinya beliau menemukan praktik bisnis yang tidak jujur sehingga beliau menegurnya. Rasulullah Saw. juga telah memberikan banyak pendapat, perintah maupun larangan demi sebuah pasar yang Islami (telah dijelaskan sebelumnya). Semua ini mengindikasikan secara jelas bahwa *Al-Hisbah* telah ada sejak masa Rasulullah Saw., meskipun nama *Al-Hisbah* baru datang di masa kemudian.

Tujuan dari lembaga *Al-Hisbah* menurut Ibnu Taimiyah adalah untuk memerintahkan apa yang disebut sebagai kebaikan (*al-ma'ruf*) dan mencegah apa yang secara umum

disebut sebagai keburukan (*al-munkar*) di dalam wilayah yang menjadi kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah umum-khusus lainnya, yang tak bisa dijangkau oleh institusi biasa. Sementara itu, dengan bahasa yang berbeda tetapi bermakna sama.

Al-Hisbah tetap banyak didirikan sepanjang bagian terbesar dunia Islam, bahkan di beberapa negara institusi ini tetap bertahan hingga awal abad ke-20 M. Selama periode dinasti Mamluk *Al-Hisbah* memiliki peranan penting, terbukti dengan sejumlah kemajuan ekonomi yang dicapai pada masa itu. Di Mesir, *Al-Hisbah* tetap bertahan sampai masa pemerintahan Muhammad Ali (1805-1849 M). Bahkan, di Maroko hingga awal abad ke-20, institusi ini masih dapat dijumpai. Di Romawi Timur, yang telah melakukan kontak dengan dunia Islam melalui perang Salib, lembaga serupa juga telah diadopsi. Adopsi lembaga ini tampak jelas dengan nama yang mirip, yaitu *Mathessep* yang kemungkinan berasal dari kata *muhtasib*.

Pada pemikiran ekonomi Islam kontemporer, eksistensi *Al-Hisbah* sering kali dijadikan acuan bagi fungsi negara terhadap perekonomian, khususnya dalam pasar. Namun, elaborasi *Al-Hisbah* dalam kebijakan praktis ternyata terdapat berbagai bentuk. Beberapa ekonomi berpendapat bahwa *Al-Hisbah* akan diperankan oleh negara secara umum melalui berbagai institusinya. Jadi, *Al-Hisbah* melekat pada fungsi negara dalam pasar dan tidak perlu membentuk lembaga khusus. Sementara itu, sebagian lainnya berpendapat perlunya dibentuk lembaga khusus yang bernama *Al-Hisbah* ini. Jadi, *Al-Hisbah* adalah semacam polisi khusus ekonomi. Bahkan lembaga ini merupakan suatu agen independen sehingga terlepas dari kepentingan kelompok tertentu atau pemerintah itu sendiri. Namun, dengan melihat fungsi *Al-Hisbah* yang luas dan strategis ini, adanya suatu *independent agency Al-Hisbah*, tampak *Al-Hisbah* akan melekat pada fungsi pemerintah secara keseluruhan, di mana dalam teknis operasionalnya akan dijalankan oleh kementerian, departemen, dinas atau lembaga lain yang terkait. Lembaga *Al-Hisbah*, berfungsi mengawasi atas mekanisme yang terjadi di pasar, apabila terjadi gejolak yang bersifat alamiah maupun akibat human error, mereka langsung dapat bertindak.

TAHUKAH ANDA?

Dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, pemerintah Indonesia membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Pendirian KPPU berdasarkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tugas yang diemban oleh KPPU pada intinya untuk melakukan penilaian terhadap perjanjian ataupun kegiatan usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan hal ini, kita bisa kaitkan kehadiran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dengan lembaga *al-hisbah* yang bertujuan untuk memastikan bekerjanya mekanisme pasar yang sehat. Dampak kehadiran KPPU ialah pelaku usaha tidak diperbolehkan menjalankan usahanya dengan cara tidak fair atau menjalankan usaha yang merugikan pesaingnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Kehadiran KPPU untuk

memastikan penerapan prinsip *good corporate governance* di pelaku usaha.

Peranan KPPU ialah untuk memastikan pasar bekerja dengan sempurna, sehingga harapannya harga yang tercipta adalah harga yang efisien. Salah satu peranan lembaga Al-Hisbah di masa Rasulullah adalah untuk memastikan bekerjanya mekanisme pasar. Sehingga kehadiran lembaga al-hisbah pada masa Rasulullah memastikan bahwa seluruh mekanisme pasar bekerja dengan sebaik-baiknya.

Studi Kasus

Studi Kasus 1: Harga Masker Meroket di Masa Pandemi

Ketika di awal masa pandemi Covid-19 beberapa produk kesehatan, salah satunya masker meroket secara signifikan. Masker pada masa pandemi telah menjadi salah satu kebutuhan yang harus selalu dipakai oleh masyarakat ketika melakukan aktivitas luar ruangan. Kenaikan permintaan yang signifikan ini menjadikan harga yang meroket, terlebih pasokan masker sempat terbatas di awal pandemi.

Kementerian Perdagangan diminta oleh masyarakat untuk segera menetapkan Harga Eceran Tertinggi terhadap masker. Namun Menteri Perdagangan belum berencana menetapkan Harga Eceran Tertinggi (HET) karena diyakini kenaikan harga masker ini hanya bersifat sementara. Apabila pasokan di pasar telah ditambah, maka harga masker akan kembali turun. Meskipun ternyata ditemui di lapangan ada beberapa penimbunan masker yang terjadi dan hal ini telah berhasil diungkap oleh pihak berwajib.

Namun, beberapa bulan kemudian harga masker sudah kembali menurun seiring dengan bertambahnya pasokan masker di pasar baik karena peningkatan produksi dari produsen yang sudah ada maupun produsen yang baru memproduksi pasar. Peningkatan jumlah pasokan di pasar telah mampu kembali menstabilkan harga. Kemudian saat ini, masyarakat memiliki berbagai alternatif pilihan masker yang dapat dipilih sesuai dengan preferensi terhadap bahan dan kualitas maskernya.

Studi Kasus 2: Anjloknya Harga Telur Ayam

Pada bulan September - Oktober 2021 harga telur ayam anjlok drastis yang mengakibatkan sederet peternak ayam melakukan aksi. Para peternak protes harga telur ayam terus turun dan membuat rugi. Berdasarkan pantauan Pusat Kajian Pertanian Pangan dan Advokasi (Pataka) harga telur sampai menyentuh kisaran harga Rp 14.000-17.000 per kilogram (kg), dimana harga ini jauh dari harga acuan telur di dalam Permendag No. 7/2020 yakni sebesar Rp 19.000-21.000 per kg. Menurut kajian yang dilakukan oleh Pataka, anjloknya harga telur di pasaran disebabkan kelebihan pasokan. Hal ini disinyalir terjadi karena beberapa perusahaan besar ikut budidaya ayam petelur.

Sedangkan di sisi lain tingkat penyerapan telur juga menurun baik karena menurunnya daya beli masyarakat di masa Pandemi maupun hotel, restoran, dan kafe yang dibata-

si jam operasionalnya selama pemberlakuan PPKM di berbagai daerah. Padahal permintaan yang cukup tinggi biasanya berasal dari hotel, restoran, dan kafe. Kedua hal inilah yang kemudian mengakibatkan anjloknya harga telur.

Protes yang dilakukan oleh para peternak ayam selain disebabkan anjloknya harga telur, juga karena meroketnya harga pakan jadi dan jagung di kisaran Rp. 6.800/kg dari harga eceran tertinggi Rp 3.150/kg menurut Permendag No. 7 Tahun 2020. Ketua Paguyuban Peternak Rakyat Indonesia (PPRN) Alvino Antonio meminta pemerintah menaikkan harga ayam hidup dan telur minimal di harga pokok produksi (HPP) peternak ayam mandiri Rp 20.000/kg.

Pertanyaan Studi Kasus

1. Menurut saudara apakah tepat sikap kementerian perdagangan untuk tidak menetapkan harga eceran tertinggi (HET) ketika terjadi lonjakan harga masker di awal masa pandemi covid-19? Jelaskanlah alasan saudara.
2. Menurut saudara langkah apa yang harus dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah terjadinya penurunan harga telur ayam secara drastis dibawah harga pokok produksi para peternak ayam?
3. Menurut saudara apakah fenomena kenaikan harga masker secara drastis dan anjloknya harga telur ayam merupakan suatu mekanisme pasar alamiah atau menunjukkan terjadinya ketidaksempurnaan pasar?

Kesimpulan

Empat tipologi manusia akan memengaruhi bentuk pasar yang akan terjadi. Apabila produsen dan konsumen sama-sama memiliki tipe *masalah-oriented economic man*, maka pasar akan terbentuk secara sempurna. Namun apabila salah satu baik dari produsen maupun konsumen, ataupun keduanya memiliki orientasi *rational economic man*, maka akan terjadi ketidaksempurnaan pasar. Bentuk pasar yang sempurna telah dicontohkan oleh Rasulullah yang telah menjadi pebisnis sedari usia muda.

Rangkuman

1. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran produk baik berupa barang maupun jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu intervensi harga (*price intervention*) seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Untuk lebih menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna, peranan pemerintah sangat penting. Rasulullah saw sendiri telah menjelaskan fungsi sebagai pengawas pasar (*al-hisbah*) yang berfungsi untuk mengawasi pasar dari praktik perdagangan yang tidak jujur atau berpotensi mengakibatkan cederanya mekanisme pasar.
2. Pasar telah mendapatkan perhatian memadai dari para ulama klasik seperti Abu

Yusuf, Al-Ghazali, Ibnu Khaldun, dan Ibnu Taimiyah. Pemikiran-pemikiran mereka tentang pasar tidak saja mampu memberikan analisis yang tajam tentang apa yang terjadi pada masa itu, tetapi tergolong futuristic. Banyak dari pemikiran mereka baru dibahas oleh para ekonom barat ratusan tahun kemudian.

Pertanyaan

1. Jelaskan bagaimana keterkaitan tipologi manusia dengan bentuk pasar?
2. Jelaskan alasan penolakan Rasulullah ketika para sahabat meminta untuk menetapkan harga?
3. Jelaskan pemikiran ekonom-ekonom muslim tentang pasar?
4. Jelaskan konsep lembaga *Al-Hisbah* dalam ekonomi Islam?
5. Apabila harga meningkat drastis karena kurangnya pasokan barang, apa yang sebaiknya dilakukan pemerintah untuk menstabilkan harga tersebut?
6. Menurut saudara sejauh mana intervensi harga dapat dilakukan untuk menstabilkan harga di pasar?

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil, S. O. S. (1989). Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal. *Journal of Islamic Economics*, 2(2), 79-94.
- Aydin, N. (2013). Redefining Islamic Economics as a New Economic Paradigm. *Islamic Economic Studies*, 21(1), 1-34.
- Farooq, M. O. (2011). Self-Interest, Homo Islamicus and Some Behavioral Assumptions in Islamic Economics and Finance. *International Journal of Excellence in Islamic Banking and Finance*, 1(1), 52-79.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia. Jakarta.
- Idwal B., & Sari, S. R. (2021). Islamic Market Mechanism According to Abu Yusuf and His Willingness to The Panorama Market Mechanism of Kota Bengkulu. *Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi, dan Keagamaan*, 8(1), 23-34.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta
- P3EI UII. (2008). *Ekonomi Islam*. Rajawali Press. Jakarta.
- Tamkin B, J., & Zarrina S, C. (2002). Economic Functions of The State: An Islamic Perspective. *Jurnal Usuluddin*, 16, 75-90.

BAB 9:

KETIDAKSEMPURNAAN PASAR DAN INTERVENSI PEMERINTAH

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut:

1. Distorsi penawaran dan rekayasa permintaan dalam pandangan ekonomi Islam
2. Tadlis dan taghrir dalam ekonomi Islam
3. Kebijakan pemerintah dalam mengatasi ketidaksempurnaan pasar

9.1. Distorsi Penawaran

Kegagalan pasar pertama terjadi apabila produsen memiliki tipe *rational economic man*, dimana yang dipikirkan adalah hanya mencari keuntungan semaksimal mungkin. Hal ini kemudian memunculkan terjadinya kegagalan dari sisi penawaran. Salah satu kegagalan dari sisi penawaran ialah *ikhtikar*. Rasulullah telah melarang praktik *ikhtikar*, yaitu secara sengaja menahan atau menimbun (*hoarding*) barang, terutama pada saat terjadi kelangkaan, dengan tujuan untuk menaikkan harga yang di kemudian hari. Penjelasan awal mengenai *ikhtikar* ini telah disampaikan pada bab 7 ketika membahas mengenai teori penawaran.

Bersumber dari said bin al-Musayyab dari Ma'mar bin Abdullah al-Adawi bahwa Rasulullah s.a.w. bersabda, "*Tidaklah orang yang melakukan Ikhtikar itu kecuali ia berdosanya.*" *Ikhtikar* ini seringkali diterjemahkan sebagai penimbunan atau monopoli. Penyebab pelanggaran *ikhtikar* mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya disebut *monopoly's rent*. Cara untuk mengambil keuntungan lebih tinggi ialah dengan cara merekayasa penawaran dengan menimbun barang.

Namun ada pendapat berbeda yang menyatakan bahwa *ikhtikar* tidak selalu identik dengan monopoli. Dalam Islam, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Hal ini yang biasanya dikenal dengan monopoli alamiah. Kemudian perlu dibedakan antara menyimpan pasokan barang untuk keperluan persediaan dengan menyimpan stok barang untuk menimbun demi mencari keuntungan yang lebih tinggi. Misalkan ada seorang penjual toko di salah satu pulau di Indonesia, dimana ia menyimpan pasokan barang lebih banyak karena faktor cuaca yang tidak menentu. Kondisi ini dapat menyebabkan tersendatnya distribusi barang. Hal ini yang menjadi argumen bahwa *ikhtikar* tidak selalu identik monopoli.

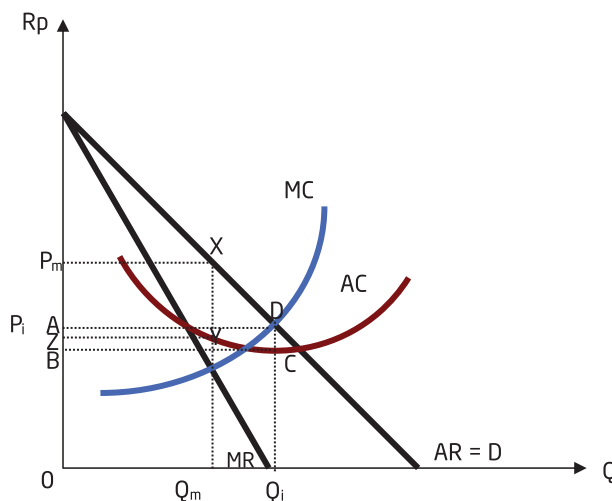
Singkatnya, suatu kegiatan masuk ke dalam kategori *ikhtikar*, apabila salah satu dari tiga hal tersebut terpenuhi:

- a. Mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun barang atau mengenakan hambatan masuk (*entry-barriers*), agar barang tersebut langka di pasaran.

- b. Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan.
- c. Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan sebelum tindakan (a) dan (b) dilakukan.

Namun begitu, dapat saja pada situasi tertentu satu produsen memiliki posisi sebagai monopolis tanpa melakukan *ikhtikar*. Pada gambar 9.1, apabila produsen berperilaku sebagai monopolis, maka ia akan memilih tingkat produksinya pada kondisi mendapatkan keuntungan paling maksimal, yaitu ketika $MR = MC$, dengan jumlah Q sebesar Q_m , dan P sebesar P_m , keuntungan yang dinikmati adalah sebesar kotak P_mXYZ . Pada kondisi monopolis dimana produsen dapat menentukan harga, untuk memaksimalkan pemanfaatan berupa akses yang lebih luas oleh konsumen, produsen masalah-oriented dapat memproduksi pada tingkat dimana permintaan sama dengan penawaran, atau ketika $MC=AR$. Pada tingkat ini, jumlah barang yang diproduksi lebih banyak, yakni sebesar Q_i , dan harganya pun lebih murah, yakni sebesar P_i . Tentu saja keuntungan yang dihasilkan lebih sedikit, yakni sebesar kotak $ABCD$. Selisih keuntungan antara kotak P_mXYZ dengan kotak $ABCD$ inilah yang merupakan *monopoly's rent*. Apabila kondisi monopoli ini dimanfaatkan oleh satu produsen atau beberapa produsen (oligopoli) dengan melakukan tindakan *ikhtikar* untuk merekayasa harga agar lebih tinggi, maka keuntungan transaksi dari tindakan ini diharamkan oleh agama.

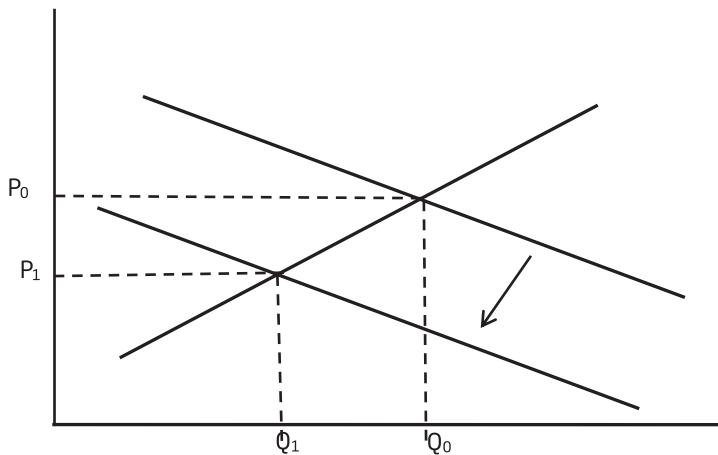
Praktik *ikhtikar* akan menyebabkan mekanisme pasar terganggu, di mana produsen kemudian akan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang normal. Penjual akan mendapatkan untung besar (*monopolistic rent*), sedangkan konsumen akan menderita kerugian. Jadi, akibat *ikhtikar*, maka masyarakat luas dirugikan oleh sekelompok kecil yang lain. pemerintah dapat melakukan berbagai upaya menghilangkan penimbunan ini (misalnya, dengan penegakan hukum), bahkan juga dengan intervensi dengan menyita barang yang ada dan kemudian melempar barang yang ditimbun ke pasar.



Gambar 9.1 Pasar Monopoli

9.2 Rekayasa Permintaan

Apakah akan terjadi kegagalan pasar apabila terdapat konsumen yang berperilaku layaknya *rational economic man*? Konsumen yang bertindak sebagai *rational economic man* ternyata dapat menyebabkan kegagalan pasar, meskipun produsen bertindak dengan *masalah-oriented economic man*. Salah satu contoh konsumen yang menyebabkan terjadinya kegagalan pasar ialah apabila ia bertindak sebagai pembeli tunggal atas komoditas yang ditawarkan oleh banyak penjual. Hal ini mengakibatkan ia bisa bertindak sebagai penentu harga.



Gambar 9.2. Rekayasa Permintaan Konsumen

Gambar 9.2. menunjukkan bahwa harga pasar seharusnya berada di harga P_0 , namun karena ia bertindak sebagai pembeli tunggal, maka ia bisa menetapkan harga sampai di harga P_1 . Para produsen tidak dapat berbuat banyak, karena mereka tidak memiliki alternatif pembeli yang lain atas komoditas yang mereka produksi. Hal ini menunjukkan bahwa kegagalan pasar pun dapat terjadi apabila konsumen memiliki tipe *conventional economic man*.

Sebagai ilustrasi atas hal ini bisa kita contohkan dengan Perusahaan Gula di suatu daerah yang membeli tebu dari para petani rakyat. Karena ia merupakan satu-satunya perusahaan gula di daerah tersebut, sehingga mengakibatkan para petani tebu hanya bisa menjual ke perusahaan gula tersebut dan tidak memiliki pilihan pabrik gula yang lain. Hal ini mengakibatkan perusahaan gula tersebut dapat sewenang-wenang menetapkan harga yang mereka mau kenakan kepada para petani tebu.

9.3. *Tadlis* (Penipuan)

Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi (*asymmetric information*) seperti yang dimiliki oleh pihak lain,

maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan/penipuan. Al-Quran dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain. Adapun terdapat beberapa ragam *tadlis* yang dapat terjadi di dalam pasar (Karim, 2004).

a. *Tadlis* kuantitas

Tadlis (penipuan) kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Misalnya menjual baju sebanyak satu container. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu per satu, penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli. Dengan menggunakan matrix, kita bisa melihat strategi kedua belah pihak :

Matriks <i>Tadlis</i> Kuantitas		Pembeli	
		Curiga	Tidak curiga
Penjual	Jujur	3 , -3	5 , 5
	Tidak jujur	0 , -5	1 , 3

Dari matrix di atas dapat diketahui adanya strategi dominan. Apabila penjual berlaku jujur, ia akan memperoleh utilitas/kepuasan yang lebih besar dibandingkan dengan berlaku tidak jujur. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pilihan terbaik bagi penjual adalah bersikap "jujur". Di sisi lain, apabila pembeli menaruh curiga kepada penjual, maka pembeli tersebut akan memperoleh utilitas negatif. Pembeli akan memperoleh utilitas positif bila tidak menaruh curiga terhadap penjual. Dengan demikian hasil akhir yang terbaik adalah penjual "jujur" dan pembeli "tidak curiga" (kanan atas).

Perilaku penjual yang tidak jujur di samping merugikan dirinya juga merugikan pihak pembeli. Apapun tindakan pembeli, Penjual yang tidak jujur akan mengalami penurunan *utilitas*, begitu pula pembeli akan mengalami penurunan utilitas. Praktek mengurangi timbangan dan mengurangi takaran merupakan contoh klasik yang selalu digunakan untuk menerangkan penipuan kuantitas ini.

b. *Tadlis* kualitas

Termasuk dalam *tadlis* kualitas adalah menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Contohnya dalam penjualan mobil bekas. Pedagang menjual mobil bekas dalam kondisi 80 % baik, dengan harga jual tertentu. Pada kenyataannya, tidak semua penjual menjual mobil bekas dengan kondisi yang sama. Sebagian penjual menjual komputer dengan kondisi yang lebih rendah tetapi menjualnya dengan harga yang sama. Pembeli tidak dapat membedakan mana mobil dengan kondisi baik dan kondisi kurang baik. Praktik ini yang biasanya dalam buku teks ekonomi konvensional dinyatakan sebagai "*lemons' problem*". Kondisi seperti ini kita lihat dalam matriks berikut.

Matriks Tadlis Kualitas		Persepsi pembeli	
		Baik	Buruk
Pernyataan penjual	Baik	1 , 1	-2 , 2
	Buruk	2 , -2	1 , 1

Dari matriks di atas terlihat bahwa bila penjual menjual mobil kualitas buruk dengan mengatakannya sebagai kualitas baik, maka pembeli akan menderita kerugian (-2) karena ia membeli barang dengan kualitas yang tidak sesuai dengan harganya; sedangkan penjual menikmati keuntungan (2). Sebaliknya penjual menjual mobil kualitas baik, namun pembeli berpersepsi mobil itu berkualitas buruk. Dalam hal ini penjual merasa dirugikan (-2), sedangkan pembeli diuntungkan (2). Jelaslah bahwa dengan adanya informasi yang tidak sama, akan ada pihak yang terzalimi.

Keseimbangan akan terjadi bila penjual menjual mobil kualitas buruk kepada pembeli yang melihat mobil itu sebagai mobil berkualitas buruk. Atau bila penjual menjual mobil kualitas baik kepada pembeli yang melihat mobil itu sebagai mobil berkualitas baik. Dengan kata lain, mobil kualitas buruk mempunyai pasarnya sendiri, dan mobil kualitas baik mempunyai pasarnya sendiri.

Itu sebabnya Rasulullah melarang penukaran satu sak kurma kualitas baik dengan dua sak kurma kualitas buruk, *"jual kurma kualitas buruk, dapatkan uang, beli kurma kualitas baik dengan uangmu"*. Kurma kualitas baik mempunyai pasarnya sendiri, kurma kualitas buruk juga mempunyai pasarnya sendiri.

c. **Tadlis harga**

Tadlis harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual. Katakanlah seorang pendatang bernama Danang dari Surabaya tiba di Bandara Soekarno Hatta. Setibanya di Bandara Soekarno Hatta ia naik taksi, namun tidak tahu harga pasaran taksi dari Bandara ke Bekasi. Katakan pula, harga pasaran ongkos taksi dari Bandara sampai dengan Bekasi adalah Rp 250.000,-. Sopir taksi menawarkan dengan harga Rp 400.000,-. Setelah terjadi tawar-menawar, akhirnya disepakati harga Rp 350.000,-. Meskipun kedua pihak rela sama rela, namun hal ini dilarang karena kerelaan Danang bukan kerelaan yang sebenarnya, ia rela dalam keadaan tertipu.

Pada waktu Danang memutuskan untuk menggunakan taksi agar lebih nyaman dan cepat sampai di tujuan, sopir taksi mempunyai 2 pilihan yaitu menggunakan harga pasar atau menggunakan harga tipu. Dengan menggunakan harga pasar, sopir taksi akan memperoleh 3, sedangkan bila menggunakan harga tipu sopir taksi akan memperoleh 5. Karena Danang belum tahu besarnya harga pasar, maka sopir taksi menggunakan harga tipu agar memperoleh keuntungan terbesar (5). Keputusan sopir taksi ini membuat pendatang rugi sebesar (-5). Bila sopir taksi terus-menerus menggunakan strategi ini (*repeated game*) atau bila reputasi buruk sopir taksi di stasiun kereta api telah menjadi

rahasia umum, maka Danang akan mengetahuinya dan tidak akan mau dirugikan lagi serta ia akan memberitahukan teman-temannya yang lain agar tidak mau menggunakan jasa sopir taksi di stasiun tersebut.

Oleh karena itu pada waktu sopir taksi melakukan harga tipu lagi, maka Danang akan menggunakan strategi lain yaitu tidak menggunakan taksi, tapi menggunakan bus Damri & Sopir. Pada saat Danang memutuskan naik bus Damri & Sopir, maka Danang merasa lebih senang naik bus Damri & Sopir (2) dan sopir taksi tidak akan memperoleh 0. Danang bahkan lebih senang (2) naik bus Damri & Sopir walaupun sopir taksi menawarkan harga pasar (1), karena ia merasa lepas dari kezaliman dan dapat memberi pelajaran kepada sopir taksi. Sebaliknya jika sejak awal sopir taksi memilih menggunakan harga pasar, maka Danang akan menggunakan taksi. Ini berarti sopir taksi tersebut akan memperoleh 3 dan pendatang juga memperoleh 3. Pada kondisi ini, tidak ada pihak yang terzalimi, keduanya akan memperoleh keuntungan.

Matriks Tadlis Harga		Danang	
		Naik Taksi	Naik Bus Trans Jakarta
Supir Taksi	Harga pasar	3 , 3	0 , 1
	Harga Tipu	5 , -5	0 , 2

Di zaman Rasulullah s.a.w. perdagangan seperti yang diriwayatkan oleh Abdullah Ibn Umar juga dilarang

“Kami pernah keluar mencegah orang-orang yang datang membawa hasil panen mereka dari luar kota, lalu kami membelinya dari mereka. Rasulullah s.a.w. melarang kami membelinya sampai nanti barang tersebut dibawa ke pasar”.

Transaksi ini disebut talaqqi rukban. Ia dilarang karena mengundang dua hal: pertama, rekayasa penawaran yaitu mencegah masuknya barang ke pasar (*entry barrier*), dan kedua, mencegah penjual dari luar kota untuk mengetahui harga pasar yang berlaku.

d. Tadlis waktu penyerahan

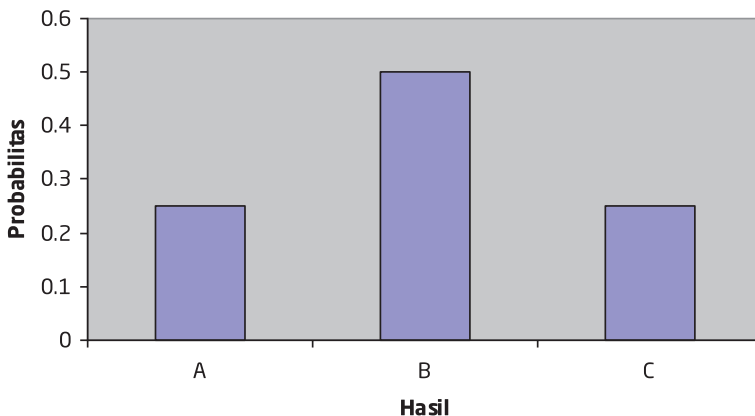
Seperti *tadlis* (penipuan) kuantitas, kualitas dan harga, tadlis waktu penyerahan juga dilarang. Yang termasuk penipuan jenis ini misalnya si penjual tahu persis ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada besok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada besok hari. Namun ketika sang pembeli hendak mengambil barang yang telah dipesan, ternyata barang pesanan tersebut belum tersedia.

9.4. Taghrir

Taghrir berasal dari kata bahasa Arab gharar, yang berarti: akibat, bencana, bahaya, resiko, ketidakpastian, dsb. Sebagai istilah dalam fiqh mu’amalah, *taghrir* berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi ; atau mengambil

risiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung resiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kancah resiko tanpa memikirkan konsekuensinya. (Rahman, 1995).

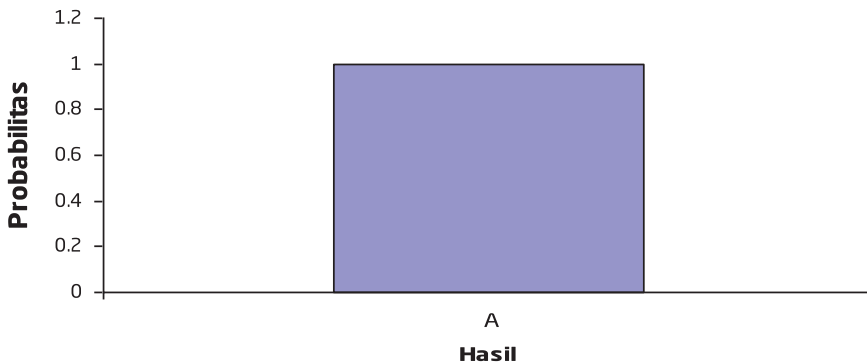
Menurut Ibn Taimiyah dalam Karim (2004), *gharar* terjadi bila seseorang tidak tahu apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan bisnis atau jual beli. *Taghrir* maupun *tadlis* keduanya terjadi karena adanya *asymmetric information*. Bedanya dalam *taadlis*, *asymmetric information* ini hanya dialami oleh satu pihak saja (*unknown to one party*, misalnya pembeli saja, atau penjual saja), sedangkan dalam *taghrir*, *incomplete information* dialami oleh kedua belah pihak (baik pembeli maupun penjual). Karena itu, kasus *taghrir* terjadi bila ada unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak (*uncertain to both parties*). Dalam ilmu ekonomi, *taghrir* ini lebih dikenal sebagai ketidakpastian atau risiko. Dalam situasi kepastian, hanya ada satu hasil atau kejadian yang akan muncul dengan probabilitas sebesar 1 (satu).



Gambar 9.3. Kepastian : Hasil Tunggal, A (*single outcome*)

Gambaran secara grafis situasi ini diberikan pada Gambar 9.3. Sumbu vertikal menyatakan besaran probabilitas, sedangkan sumbu horizontal menyatakan hasil kejadian. Gambar 9.3 memperlihatkan situasi kepastian yang menunjukkan hanya ada satu kejadian yang muncul, (yaitu A), dengan probabilitas sebesar 1. Dengan demikian, kita mengetahui dengan yakin bahwa kejadian A pasti akan muncul.

Pada lain pihak, dalam situasi ketidakpastian (*uncertainty*) lebih dari satu hasil atau kejadian yang mungkin akan muncul dengan probabilitas yang berbeda-beda. Dengan demikian kita memiliki distribusi probabilitas. Situasi ketidakpastian ini dilukiskan pada Gambar 9.4. Terdapat tiga hasil yang mungkin akan muncul, yakin A, B, dan C. Tiga hasil tersebut memiliki kemungkinan muncul yang berbeda-beda. Kemungkinan A muncul adalah 0,25; B1 adalah 0,5; sedangkan C adalah 0,25. Bila dijumlahkan masing-masing probabilitas tersebut, ($0,25 + 0,5 + 0,25$) akan didapatkan angka total = 1.



Gambar 9.3. Kepastian : Hasil Tunggal, A (single outcome)

Berikut ini akan dirinci lebih lanjut keempat bentuk *taghrir* yang sudah disebutkan di atas (Karim, 2004).

a. Taghrir Kuantitas

Contoh *taghrir* kuantitas adalah sistem ijon. Misalnya petani sepakat untuk menjual hasil panennya (beras dengan kualitas A) kepada tengkulak dengan harga Rp. 1.500.000 padahal pada saat kesepakatan dilakukan, sawah si petani belum dapat dipanen. Dengan demikian, kesepakatan jual beli dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai berapa kuantitas yang dijual (berapa ton, misalnya) padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang ditransaksikan. Misalkan berdasarkan pengalaman historis dan ramalan cuaca dari Badan Meteorologi dan Geofisika (BGM), dapat diidentifikasi tiga skenario kejadian.

Apabila yang terjadi adalah skenario moderat, si tengkulak mendapatkan untung Rp 500.000 (selisih harga jual dengan harga beli). Bila yang terjadi skenario optimis, tengkulak mendapatkan laba Rp 1.500.000,-. Sebaliknya, jika yang terjadi skenario pesimis, tengkulak rugi Rp 500.000,-.

	Skenario	Probabilitas	Quantitiy	Harga jual/ton	Harga jual total
1	Optimis: Cuaca bagus, tidak ada hama	0,25	2 ton	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000
2	Moderat	0,5	1 ton	Rp 1.500.000	Rp 2.000.000
3	Pesimis: Cuaca buruk, terserang hama	0,25	0,5 ton	Rp 1.500.000	Rp 1.000.000

b. *Taghrir* dalam Kualitas

Contoh *taghrir* kualitas adalah seseorang menjual anak kambing yang masih dalam kandungan induknya. Penjual sepakat untuk menyerahkan anak kambing tersebut segera setelah anak kambing tersebut lahir, seharga Rp 500.000,-. Dalam hal ini, baik si penjual maupun si pembeli tidak dapat memastikan kondisi fisik anak kambing tersebut bila nanti lahir. Apakah akan lahir normal, cacat, atau lahir dalam keadaan mati. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian menyangkut kualitas barang yang ditransaksikan.

	Skenario	Probabilitas	Harga jual	Keuntungan pembeli
1	Lahir normal	0,7	Rp 1.000.000	Rp 500.000
2	Lahir cacat	0,2	Rp 250.000	(Rp 250.000)
3	Lahir mati	0,1	Rp 0	(Rp 500.000)

Apabila anak kambing tersebut lahir normal, si pembeli untung Rp. 500.000,- (ia membeli anak kambing seharga Rp. 500.000 dengan harga jual Rp. 1.000.000). Namun bila ternyata anak kambing tersebut lahir cacat, ia rugi Rp. 250.000,-. Dan bila lahir mati, ia rugi Rp. 500.000,-.

c. *Taghrir* dalam Harga

Taghrir harga terjadi ketika misalnya seorang penjual menyatakan bahwa ia akan menjual satu unit oven merk ABC seharga Rp 300.000,- bila dibayar tunai, atau Rp 500.000,- bila dibayar dengan kredit selama lima bulan, kemudian si pembeli menjawab "setuju". Ketidakpastian muncul karena adanya dua harga dalam satu akad. Tidak jelas harga mana yang berlaku, Rp 300.000,- atau Rp 500.000,-. Katakanlah ada pembeli yang membayar lunas pada bulan ke-3, berapa harga yang berlaku? Atau ekstrimnya membayar satu hari setelah penyerahan barang, berapa harga yang berlaku? Dalam kasus ini, walaupun kuantitas dan kualitas barang sudah ditentukan, tetapi terjadi ketidakpastian harga barang karena si penjual dan si pembeli tidak menyepakati satu harga dalam satu akad.

Modus pembayaran	Probabilitas	Harga
Tunai (H 0)	0,2	Rp 300.000,
(H + 1)	0,001	?
:	:	?
:	:	?
Kredit selama 3 bulan	0,2	?
:	:	?
:	:	?
(H 5 bulan- 1 hari)	0,001	?

Kredit selama 5 bulan	0,2	Rp 500.000
	1	

d. *Taghdir Waktu Penyerahan*

Misalkan Andi kehilangan motor gede. Budi kebetulan sudah lama menginginkan motor gede seperti dimiliki Andi, dan karena itu ia ingin membelinya. Akhirnya Andi dan Budi membuat kesepakatan. Andi menjual motor gede yang hilang tersebut kepada Budi seharga Rp 30 juta. Harga pasar motor gede tersebut adalah Rp 50 juta. Motor akan diserahkan segera setelah ditemukan, dalam transaksi ini terjadi ketidakpastian menyangkut waktu penyerahan barang, karena barang yang dijual tidak diketahui keberadaannya. Mungkin motor tersebut akan ditemukan satu bulan lagi, atau bahkan tidak akan ditemukan sama sekali. Tabel di bawah ini memberikan rumusan permasalahan di atas:

Hasil	Probabilitas	Keuntungan Budi
Motor ditemukan	0,5	Rp 20 juta
Motor tidak ditemukan	0,5	(Rp 50 juta)

Tabel di atas hanya mengasumsikan dua kemungkinan saja, yakni motor ditemukan (probabilitas $\frac{1}{2}$) dan motor tidak ditemukan (probabilitas $\frac{1}{2}$ juga). Bila mobil ditemukan, Budi mendapatkan untung Rp 20 juta karena ia dapat membeli mobil di bawah harga pasar (harga pasarnya Rp 50 juta, sementara harga belinya Rp 30 juta). Namun bila ternyata motor tidak ditemukan, Budi rugi Rp 50 juta. Di lain pihak, kerugian Andi menjadi kurang, karena seharusnya ia rugi Rp 50 juta dengan hilangnya motor tersebut. Namun karena ia berhasil menjual motor yang hilang tersebut, maka kerugiannya menjadi Rp 20 juta.

9.5. Keterbukaan Informasi

Salah satu penyebab terjadinya kegagalan pasar ialah karena tidak simetrisnya informasi yang dimiliki oleh para pelaku pasar. Larangan terhadap berbagai praktik yang telah dijelaskan di atas pada dasarnya ialah sebagai upaya untuk menyebarkan keterbukaan informasi sehingga transaksi dapat dilakukan dengan sama-sama suka (*antaradin minkum*) dan adil. Ekonomi Islam melarang praktik-praktik berikut: *talaqqi rukhban*, *bay najasyi*, *ghaban faahisy*, dan *bai al-hadir lil badi*.

Larangan *talaqqi rukhban*, membeli barang dengan cara mencegat para penjual di luar kota, pada dasarnya supaya para penjual bisa mengetahui situasi pasar dengan segala informasi yang ada termasuk harga pasar dan praktik yang terkait dengan itu. *Bay najasyi*, yaitu mencakup pengertian kolusi dimana antar penjual satu dengan lainnya melakukan kerja sama atau kartel untuk menipu konsumen. Selain itu, dalam transaksi

ini si penjual akan menyuruh orang lain untuk memuji barangnya (agar orang lain tertarik membeli) atau menawarkan dengan harga tinggi (agar orang lain tertarik membeli dengan harga tinggi). *Ghaban faahisy* adalah upaya sengaja untuk mengaburkan informasi sebab penjual memanfaatkan ketidaktahuan konsumen untuk mencari keuntungan tinggi. Islam menganggap penipuan dan kecurangan terhadap takaran, timbangan, atau kualitas barang sebagai perbuatan dosa.

"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya". (QS Al Isra: 35)

"Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan." (QS Hud: 85)

Kecurangan-kecurangan ini juga merupakan bentuk manipulasi dan distorsi informasi sehingga harga yang tercipta tidak adil. Akibat penipuan, pembeli harus membayar lebih mahal dari yang seharusnya sehingga ia menderita kerugian. Oleh karenanya keterbukaan informasi menjadi suatu hal yang sangat penting.

9.6. Intervensi Pemerintah dalam Kegagalan Pasar

Terdapat beberapa tindakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah apabila terjadi kegagalan pasar, baik berupa intervensi pasar maupun intervensi harga. Terkait dengan intervensi harga tetap harus berpegang pada nilai keadilan. Pada dasarnya, jika pasar telah bekerja dengan sempurna, maka tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga. Penetapan harga kemungkinan justru akan mendistorsi harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar itu sendiri.

a. Regulasi Harga yang Adil

Intervensi harga dalam ekonomi Islam diperbolehkan apabila digunakan untuk melindungi hak produsen maupun konsumen akibat terjadinya kegagalan pasar. Sedangkan perubahan harga yang disebabkan oleh perubahan keseimbangan permintaan dan penawaran murni masih perlu dipertimbangkan lebih lanjut sebelum dilakukan intervensi harga. Jumhur ulama juga sepakat bahwa kondisi darurat (*emergency*) dapat menjadi alasan pemerintah mengambil kebijakan intervensi harga, tetapi tetap beri pijak kepada keadilan. P3EI UII (2008) menerangkan bahwa secara umum kondisi darurat yang dimaksud:

- Intervensi harga yang dilakukan menyangkut kepentingan masyarakat, yaitu melindungi penjual dalam hal margin keuntungan sekaligus melindungi pembeli dalam hal daya beli.
- Intervensi harga mencegah terjadinya ikhtikar atau *ghaban faahisy*
- Menyangkut barang-barang yang amat dibutuhkan oleh masyarakat, sedangkan penjual tidak mau menjualnya.

- Terjadi ketidakadilan atau eksploitasi antara pelaku-pelaku dalam transaksi tersebut.

Ibnu Taimiyah membolehkan intervensi harga dalam keadaan tertentu, namun intervensi harga yang dilakukan adalah intervensi harga yang adil baik terhadap penjual maupun pembeli (Karim, 2004). Ada beberapa kondisi yang membolehkan terjadinya intervensi harga oleh pemerintah, yaitu:

- Produsen sengaja tidak mau menjual barangnya kecuali pada harga yang tinggi daripada harga umum pasar, padahal konsumen membutuhkan barang tersebut. Dalam keadaan ini, pemerintah dapat memaksa produsen untuk menjual barangnya dan menentukan harga (intervensi harga) yang adil
- Produsen menawarkan barang pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta harga yang terlalu rendah menurut produsen. Dalam keadaan ini, pemerintah harus melakukan intervensi dengan mendorong konsumen dan produsen melakukan perundingan untuk menentukan harga dengan investigasi awal terhadap permintaan, penawaran, biaya produksi dan lainnya. Selanjutnya pemerintah menetapkan harga tersebut sebagai harga berlaku
- Pemilik jasa, misalnya tenaga kerja menolak bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga pasar yang berlaku, padahal masyarakat membutuhkan jasa tersebut, maka pemerintah dapat menetapkan harga yang wajar dan memaksa pemilik jasa untuk memberikan jasanya.
- Intervensi harga yang ditetapkan oleh Ibn Taimiyah diterapkan pada saat penawaran bertemu dengan permintaan, sehingga sebenarnya intervensi harga ini mengembalikan harga pada saat harga keseimbangan semula. Oleh karenanya intervensi harga Islami tidak akan menimbulkan excess supply atau excess demand sebagaimana yang terjadi pada ekonomi konvensional. Atau dengan kata lain, intervensi harga Islami tidak akan menimbulkan *dead weight loss* sebagaimana yang terjadi pada ekonomi konvensional.

b. Intervensi Pasar

Dalam ekonomi Islam, kebijakan pemerintah dalam menstabilkan harga harus dengan melihat kepada penyebab terjadinya perubahan keseimbangan pasar. Apabila penyebabnya dikarenakan perubahan murni pada permintaan dan penawaran maka mekanisme stabilisasi harga harus dilakukan melalui intervensi pasar. Pada masa kekhalifahan Umar bin Khattab r.a., kota Madinah pernah mengalami kenaikan tingkat harga gandum karena menurunnya pasokan di pasar karena kegagalan panen. Beliau menolak permintaan para sahabat untuk mengatur harga pasar, tetapi kemudian melakukan impor gandum dari Mesir, sehingga penawaran barang di Madinah kembali melimpah dan tingkat harga mengalami penurunan. Namun demikian, pada masa khalifah Umar bin Khattab langkah ini ternyata tidak memadai. Tingkat daya beli masyarakat Madinah saat itu sedemikian rendah sehingga harga baru ini pun tetap terjangkau. Khalifah Umar kemudian mengeluarkan sejenis kupon (yang dapat ditukarkan dengan sejumlah barang tertentu) yang dibagikan kembali para fakir miskin (Karim, 2004).

Intervensi pasar menjadi sangat penting dalam menjamin ketersediaan barang kebutuhan pokok. Dalam keadaan kekurangan barang kebutuhan pokok, pemerintah dapat memaksa pedagang yang menahan barangnya untuk segera menjual ke pasar. Bila daya beli masyarakat lemah, pemerintah dapat membeli barang kebutuhan pokok tersebut dengan uang dari baitul maal, untuk selanjutnya menjual dengan tangguh bayar seperti yang telah dilakukan Umar. Intervensi pasar tidak selalu dilakukan dengan menambah jumlah ketersediaan barang, tetapi juga dengan menjamin kelancaran perdagangan antar wilayah. Apabila terjadi gangguan terhadap kelancaran perdagangan antar wilayah akan menyebabkan pasokan barang berkurang atau secara grafis kurva penawaran bergeser ke kiri. Intervensi pemerintah dalam mengatasi terganggunya jalur perdagangan akan menormalkan kembali pasokan dan menggeser ke kanan kembali kurva penawaran ke posisi semula.

Studi Kasus

Studi Kasus 1: Menggoreng Saham di Pasar Modal

Secara istilah “goreng-menggoreng saham” tidak dijumpai dalam peraturan perundang-undangan terkait pasar modal. Istilah ini dibuat oleh para pelaku di pasar modal sendiri untuk mendeskripsikan saham-saham yang pergerakan harganya di luar kewajaran atau biasa dikenal pula dengan manipulasi pasar. Kegiatan manipulasi pasar ini akhirnya bertujuan untuk menciptakan gambaran semu atau menyesatkan mengenai kegiatan perdagangan, keadaan pasar, atau harga efek di bursa efek.

Kegiatan “menggoreng saham ini biasanya dilakukan orang beberapa pihak yang bersekongkol, sehingga menciptakan harga efek yang semu di bursa efek dan tidak didasarkan pada kekuatan permintaan jual atau beli efek yang sebenarnya dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau pihak lain. Pelaku manipulasi pasar harus mengendalikan jumlah saham yang cukup signifikan agar harga saham dapat dipermainkan sesuai keinginan mereka. Oleh karena itu, manipulasi saham kerap terjadi pada perusahaan relatif kecil. Salah satu tipe manipulasi saham yang sering terjadi adalah “*pump and dump*”.

Fase pertama adalah fase *pump* atau tahap “menggoreng”, komplotan pelaku akan mempermainkan harga saham agar harganya naik sambil memancing agar investor lain ikut membeli saham tersebut. Untuk memancing investor, para pelaku seringkali melakukan upaya lain seperti menyebarkan rumor atau berita yang seolah-olah menjustifikasi kenaikan harga termasuk menggunakan para *influencer* serta mengeluarkan laporan riset yang terkesan independen untuk memberikan rekomendasi pembelian saham.

Fase berikutnya adalah fase *dump* atau banting, dimana ketika harga telah naik mencapai tingkat yang diinginkan dan investor umum telah banyak berpartisipasi, komplotan pelaku akan menjual saham yang mereka miliki. Biasanya, aksi penjualan ini berlangsung dengan cepat dan dalam skala yang besar. Ketika proses *dumping* selesai, berarti komplotan telah berhasil keluar dari saham tersebut dengan keuntungan besar. Harga saham kembali ke harga semula atau bahkan lebih rendah, jika komplotan pelaku ini memutuskan untuk menggoreng ke bawah.

Praktik manipulasi pasar inilah yang terindikasi pada kasus kerugian salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan. Oknum perusahaan berkomplot dengan pelaku manipulasi pasar dengan membeli saham yang telah dimanipulasi dengan harga yang tinggi. Proses akan diatur sedemikian rupa, termasuk dengan melakukan riset yang seolah-olah objektif dan independen. Ketika episode penggorengan selesai, harga saham anjlok, perusahaan dimaksud mengalami kerugian, yang kemudian dianggap sebagai risiko investasi yang wajar. Kemudian komplotan pelaku manipulasi pasar akan membagi keuntungan dengan oknum perusahaan tersebut.

Studi Kasus 2: Heboh Beras XYZ: Keuntungan atau Kerugian Bagi Petani?

Pada bulan Juli 2017, dilakukan penggerebekan pada gudang beras PT ABC yang merupakan anak perusahaan PT. DEF yang memproduksi beras dengan merek XYZ dan VWX. Direktorat Tindak Pidana Ekonomi Khusus Bareskrim Polri menduga telah terjadi kecurangan yang dilakukan dengan membeli harga gabah di petani melampaui harga batas yang ditetapkan pemerintah. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 47/M-Dag/Per/7/2017 disebutkan harga acuan pembelian di petani sebesar Rp 3.700/kg untuk gabah panen dan Rp 4.600/kg untuk gabah kering giling. Secara umum, harga yang ditetapkan oleh PT. ABC memang menguntungkan petani, namun tindakan ini mematikan usaha para penggiling gabah kecil yang semestinya terlibat dalam rantai produksi. Tindakan tersebut menyebabkan persaingan usaha di tingkat produsen karena petani lebih memilih menjual gabah ke PT ABC dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan ke perusahaan lain.

Dugaan kecurangan lainnya ialah terkait dengan harga jual beras yang diproduksi PT ABC. Normalnya, beras dibanderol dengan harga sekitar Rp 9.500/kg. Namun, beras premium yang dijual oleh PT. ABC dengan kisaran harga Rp 13.700 - Rp 20.400 per kilogram. Harga ini dinilai tidak wajar, karena kualitas beras yang dijual sama dengan produk beras medium berasal dari varietas IR64. Kemudian setelah dilakukan pengujian di laboratorium, nilai kandungan gizi yang dicantumkan tidak sesuai pada label kemasan. Pada kemasannya, beras merek VWX menuliskan kadar protein sebesar 14 persen, kadar karbohidrat sebesar 25 persen dan lemak 6 persen. Namun hasil laboratorium menunjukkan kadar protein, karbohidrat, dan lemak sebesar 7,73 persen, 81,45 persen, 0,38 persen. Sedangkan untuk beras XYZ tercantum kadar protein, karbohidrat, dan lemak ialah sebesar 14 persen, 27 persen, dan 0 persen; padahal hasil pengujiannya menunjukkan kadar 7,72 persen, 81,47 persen, dan 0,44 persen.

Pertanyaan Studi Kasus

- Menurut saudara apakah dampak menggoreng saham bagi investor di pasar modal?
- Jelaskanlah bagaimana mekanisme manipulasi pasar yang biasanya dilakukan pada saat menggoreng saham?
- Menurut saudara tindakan yang dilakukan oleh PT. ABC dengan membeli gabah diatas harga yang telah ditetapkan oleh pemerintah apakah bentuk pelanggaran pasar atau tidak? Jelaskanlah jawaban saudara.

- d. Apa pendapat saudara dengan tindakan PT. ABC yang mencantumkan kandungan gizi pada label kemasan yang tidak sesuai dengan yang sebenarnya?

Kesimpulan

Kegagalan atau ketidaksempurnaan pasar dapat terjadi apabila terdapat salah satu atau kedua belah pihak pelaku ekonomi di pasar menganut *rational economic man* yang lebih mementingkan keuntungan dibandingkan kemaslahatan. Salah satu praktik kegagalan pasar ialah ketika produsen yang bertindak sebagai *rational economic man*, dimana mereka dapat melakukan rekayasa dari sisi penawaran untuk menaikkan harga di pasar, sehingga mereka memperoleh keuntungan yang wajar dari praktik tersebut.

Kemudian di sisi lain, kegagalan pasar dapat terjadi pula apabila konsumen yang bertipe *rational economic man*. Praktik ini dapat terjadi salah satunya ketika konsumen tersebut menjadi satu-satunya pembeli pada suatu komoditas, sedangkan produsen yang menawarkan jumlahnya cukup banyak. Hal ini menjadikan konsumen tersebut dapat bertindak sebagai penentu harga atas komoditas tersebut.

Rangkuman

1. Kegagalan pasar pertama terjadi apabila produsen memiliki tipe *rational economic man*, dimana yang dipikirkan adalah hanya mencari keuntungan semaksimal mungkin. Hal ini kemudian memunculkan terjadinya kegagalan dari sisi penawaran. Salah satu kegagalan dari sisi penawaran ialah ikhtikar. Ikhtikar ialah praktik menimbun barang dengan tujuan agar harga di pasar menjadi lebih mahal.
2. Konsumen yang bertindak sebagai *rational economic man* ternyata dapat menyebabkan kegagalan pasar. Salah satu contoh konsumen yang menyebabkan terjadinya kegagalan pasar ialah apabila ia bertindak sebagai pembeli tunggal atas komoditas yang ditawarkan oleh banyak penjual. Hal ini mengakibatkan ia bisa bertindak sebagai penentu harga di pasar. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi (*asymmetric information*) seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan/penipuan (*tadlis*). Selain itu, praktik lain yang dapat terjadi di pasar adalah praktik *taghrir*.
3. Untuk menjamin mekanisme pasar yang adil, maka keterbukaan informasi akan sangat diperlukan. Keterbukaan informasi akan menjadikan transaksi dilakukan dengan ridha sama ridha (*antardin minkum*) dan adi. Selain itu ekonomi Islam melarang praktik-praktik berikut: *talaqqi rukhban*, *bay najasyi*, *ghaban faahisy*, dan *bai al-hadir lil badi*. Praktik-praktik tersebut dilarang karena akan dapat memengaruhi mekanisme pasar.

Pertanyaan

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan distorsi penawaran?
2. Menurut saudara apa yang dapat dilakukan oleh pemerintah apabila terjadi praktik penimbunan barang dengan tujuan untuk menaikkan harga?
3. Jelaskanlah apa dampak rekayasa permintaan bagi keseimbangan pasar?

4. Kebijakan apa yang dapat dilakukan oleh pemerintah apabila terjadi pembeli tunggal yang bertindak sebagai penentu harga di pasar?
5. Jelaskanlah apa yang dimaksud dengan tadlis dalam ketidaksempurnaan pasar?
6. Jelaskanlah apa yang dimaksud dengan taghrir dalam kasus ketidaksempurnaan pasar?

DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia. Jakarta.
- Idwal B., & Sari, S. R. (2021). Islamic Market Mechanism According to Abu Yusuf and His Willingness to The Panorama Market Mechanism of Kota Bengkulu. *Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi, dan Keagamaan*, 8(1), 23-34.
- Karim, A. A. (2004). *Ekonomi Mikro Islami*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- P3EI UII. (2008). *Ekonomi Islam*. Rajawali Press. Jakarta.
- Rahman, A. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 3*. Dana Bhakti Wakaf. Yogyakarta.
- Tamkin B, J., & Zarrina S, C. (2002). Economic Functions of The State: An Islamic Perspective. *Jurnal Usuluddin*, 16, 75-90.

BAB 10:

DISTRIBUSI DALAM EKONOMI MIKRO ISLAM

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut ini :

1. Konsep dasar distribusi dalam ekonomi mikro Islam
2. Memahami konsep dasar zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF)
3. Memahami aplikasi ZISWAF pada rumah tangga dan perusahaan

10.1. Konsep Distribusi

Salah satu aspek penting dalam ekonomi Islam adalah distribusi. Distribusi dalam ekonomi mikro dimaknai sebagai upaya untuk membagi sumberdaya ekonomi kepada para pelaku ekonomi, baik pada sisi konsumsi dan permintaan, maupun pada sisi produksi maupun penawaran. Esensi dari distribusi dalam ekonomi Islam adalah menjaga agar setiap manusia sebagai pelaku ekonomi tidak memiliki hambatan dalam pemenuhan kebutuhannya sehingga dapat menjadi alasan untuk tidak menjalankan fungsinya sebagai hamba Allah atau bahkan bermaksiat. Pembagian sumberdaya ini sendiri dapat diserahkan pada mekanisme pasar, maupun dilakukan berdasarkan mekanisme yang ditetapkan secara bersama di antara para pelaku ekonomi.

Distribusi melalui mekanisme pasar artinya adanya aliran kekayaan dan pendapatan dari satu pelaku ekonomi kepada pelaku ekonomi lainnya, dan sifatnya adalah sukarela. Titik berangkatnya adalah semangat untuk saling memberi dan berbagi. Ini hanya akan terjadi apabila para pelaku ekonomi adalah *masalah-oriented economic man* dan *ascetic economic man*. Sementara pada *rational economic man* maupun *apathetic economic man*, akan sangat sulit mendorong mereka untuk mau secara sukarela mengembangkan semangat berbagi, karena ketiadaan orientasi untuk berbagi.

Adapun distribusi melalui mekanisme tertentu dilakukan melalui intervensi pihak ketiga, di mana pihak ketiga tersebut memiliki kekuasaan yang memungkinkannya mendorong terjadinya aliran kekayaan dari kelompok mampu kepada kelompok tidak mampu. Pihak ketiga tersebut adalah Pemerintah. Pemerintah dapat menetapkan mekanisme distribusi, waktu distribusi, dan sasaran penerima manfaat distribusi. Namun demikian, berhasil tidaknya distribusi yang ditetapkan juga bergantung pada tipologi para pelaku ekonomi yang ada. Bagi *conventional economic man* dan *apathetic economic man*, mereka akan cenderung untuk melakukan *evasion of sharing*, yaitu penghindaran berbagi. Berbagi akan dianggap sebagai beban yang memberatkan.

Dalam pandangan Islam, konsep distribusi merupakan hal yang sangat penting dan fundamental dalam perekonomian, karena distribusi merupakan alat untuk mencegah terkonsentrasikannya kekayaan di tangan segelintir kelompok. Larangan untuk mencip-

takan sistem ekonomi yang membuat harta hanya berputar di tangan segelintir kelompok adalah sebagaimana yang dinyatakan Allah SWT di dalam QS Al-Hasyr (59) ayat 7, di mana Allah SWT berfirman :

".....agar harta itu jangan hanya beredar diantara orang-orang kaya saja diantara kalian....." (QS Al Hasyr ayat 7)

Larangan di atas pada dasarnya untuk mencegah terjadinya kesenjangan yang bersifat sistemik antara kelompok kaya dengan kelompok miskin. Artinya, kesenjangan yang lahir akibat desain sistem perekonomian yang tidak adil. Ketidakadilan ini muncul karena adanya pelaku ekonomi yang memiliki akses lebih kuat terhadap sumberdaya ekonomi, yang kemudian membuatnya melakukan berbagai macam cara agar akses tersebut hanya dimiliki olehnya. Untuk itu, hal tersebut dapat dicegah melalui penerapan konsep distribusi yang bersifat adil, yang dilaksanakan oleh para pelaku ekonomi dengan pengaturan dan pengawasan negara. Keterlibatan negara sangat penting dalam hal ini, bahkan Al-Quran telah memberikan mandat khusus kepada negara untuk melaksanakan kegiatan berbagi yang bersifat wajib, yaitu zakat, dengan cara mengambil paksa harta yang ada pada muzakki (pihak yang wajib menunaikan zakat). Mandat tersebut antara lain sebagaimana yang dinyatakan Allah SWT dalam QS At-Taubah ayat 103.

"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui" (QS At-Taubah ayat 103)

Dalam kegiatan ekonomi, distribusi dilakukan pada tiga fase kegiatan (Haneef dan Mohammed, 2009). Ketiganya adalah :

1. Distribusi pra produksi
2. Distribusi pasca produksi
3. Redistribusi

Distribusi pra produksi adalah kegiatan distribusi yang dilakukan sebelum dimulainya proses produksi barang dan jasa (Beik dan Arsyianti, 2016). Pada sisi produsen, kegiatan distribusi pra produksi ini sangat erat kaitannya dengan dua hal, yaitu distribusi sumberdaya ekonomi yang dijadikan input produksi (*input distribution*) dan rencana *return* yang diterima oleh faktor-faktor produksi, terutama modal dan tenaga kerja.

Distribusi input produksi adalah hal yang sangat penting dan menentukan apakah semua pelaku ekonomi dapat berpartisipasi dalam kegiatan produksi atau tidak. Ketidakseimbangan akses terhadap input produksi, baik sumberdaya modal maupun sumber daya lainnya (non-modal) akan mengakibatkan ketimpangan dalam produksi barang dan jasa. Dalam konteks ini, biasanya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang mengalami kesulitan akses terhadap input produksi. Karena itu, berbagai upaya perlu dilakukan untuk memastikan agar UMKM ini mendapatkan akses terhadap sumber daya modal.

Sementara pada rencana *return* bagi setiap faktor produksi, maka hal tersebut perlu dilakukan oleh perusahaan. Bagi perusahaan dengan karakter *masalah-oriented economic man* maka metode pembagian *return* ini akan didasarkan pada pertimbangan ke-maslahatan dan keadilan. Pembagian *return* ini dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang jelas dan transparan, sesuai dengan akad yang disepakati. Hal tersebut akan dituangkan dalam rencana kerja dan anggaran tahunan perusahaan.

Berbeda halnya dengan *conventional economic man* yang belum tentu mempertimbangkan aspek keadilan, karena biasanya yang diutamakan adalah efisiensi biaya, sejauh mana biaya tenaga kerja ditekan seminimal mungkin. Terkadang *return* yang diberikan, misalnya gaji bagi tenaga kerja, masih bersifat *underpaid* atau di bawah yang seharusnya, walaupun barangkali tenaga kerja yang bersangkutan telah merasa puas. Misalnya, seorang tenaga kerja digaji Rp 20 juta. Tentu yang bersangkutan akan merasa senang, namun jika didalami dengan lebih baik dan lebih adil, harusnya yang bersangkutan digaji Rp 30 juta. Ini termasuk *soft exploitation*. Maksudnya, eksploitasi yang dilakukan tanpa menimbulkan perasaan dieksploitasi bagi orang yang dipekerjakan.

Adapun rencana *return* pada modal dituangkan dalam bentuk proyeksi atas keuntungan yang akan didapat. Proyeksi ini kemudian dijadikan sebagai dasar target rencana kerja yang akan dilakukan perusahaan. Antara *masalah-oriented producer* dengan *conventional producer* mungkin akan memiliki perbedaan mengenai optimisasi *return* atau keuntungan yang akan menjadi bagian dari input modal. Perilaku antara masalah *maximizer* dengan *profit maximizer* akan berbeda. Pada prakteknya, *conventional producer* lebih cenderung eksploitatif dalam operasionalisasi produksi yang akan dilakukannya, dan *masalah-oriented producer* akan lebih adil dalam melaksanakan proses produksi yang dilakukannya.

Sementara dari sisi konsumen, distribusi pra-produksi dilakukan untuk perencanaan konsumsi dan pemenuhan kebutuhan hidup. Konsumen memiliki proyeksi akan besaran sumberdaya ekonomi yang dimilikinya, dan memiliki perencanaan atas penggunaan sumberdaya tersebut. Dalam konteks konsumen, Arsyianti dan Beik (2020) telah mengembangkan konsep perencanaan keuangan bagi konsumen dalam skema CDIC, yaitu Charity, Debt, Investment and Consumption.

Charity dimaknai dengan semangat berbagi, baik berbagi yang sifatnya wajib, yaitu dalam bentuk zakat, maupun berbagi dalam bentuk sukarela, yaitu infak, sedekah dan wakaf. Jadi, ketika seseorang menerima penghasilan, maka perencanaan pertama yang harus dilakukannya adalah mengalokasikan anggaran untuk berbagi, baik yang bersifat wajib maupun bersifat sunnah.

Debt dimaknai dengan pelunasan kewajiban, yaitu utang, baik yang bersifat konsumtif maupun yang bersifat produktif. Setiap utang wajib untuk dilunasi karena seseorang tidak dapat masuk surga apabila masih terdapat utang yang belum dilunasinya. Karena itu, rencana alokasi berikutnya adalah alokasi utang. Diharapkan seseorang berutang sesuai kemampuannya. Secara umum, utang sebaiknya tidak melebihi 20 persen dari pendapatannya.

Pada aspek *investment*, seseorang perlu merencanakan alokasi dana untuk investasi, yang manfaatnya dapat dinikmati di masa yang akan datang. Investasi ini dapat berupa investasi di sektor riil maupun investasi pada produk-produk keuangan syariah, seperti produk perbankan syariah, pasar modal syariah, asuransi syariah dan lain-lain.

Setelah itu baru kemudian merencanakan *consumption*. Konsumsi dapat dilakukan dengan syarat hanya mengkonsumsi barang dan jasa yang halal, dan tidak dilakukan secara berlebih-lebihan. Konsep CDIC ini hanya dapat dilaksanakan dengan baik apabila konsumen memiliki karakteristik *masalah-oriented consumer*. Apabila konsumen tersebut adalah *conventional economic man* maka kecenderungannya ia akan menempatkan *Consumption* di awal dan *Charity* di akhir, sehingga urutannya menjadi *consumption, debt, investment, dan charity*.

Sementara pada *ascetic consumer*, kemungkinan besar ia hanya akan menjalankan prinsip CDC saja, yaitu *charity, debt, dan consumption*. Ia tidak akan terlalu memikirkan investasi karena cenderung tidak menyukainya. Adapun *apathetic consumer*, ia hanya akan berpikir *consumption* saja. Aspek-aspek yang lain tidak akan terlalu dipedulikannya.

Produsen	Konsumen
• Distribusi Input Produksi • Rencana <i>return</i> bagi faktor produksi	• Perencanaan konsumsi dan pemenuhan kebutuhan hidup • Penerapan konsep CDIC (<i>Charity, Debt, Investment, Consumption</i>)

Gambar 10.1. Distribusi Pra-Produksi

Selanjutnya yang *kedua* adalah distribusi pasca produksi. Distribusi pasca produksi ini merupakan realisasi dari rencana distribusi pra-produksi yang telah disusun sebelumnya. Realisasi ini dapat sesuai dengan perencanaan yang telah disusunnya dalam distribusi pra-produksi, dan dapat pula mengalami ketidaksesuaian. Artinya, antara proyeksi dengan realisasi terdapat kesenjangan atau gap sehingga memerlukan adanya penyesuaian. Pada dasarnya, distribusi pasca produksi ini merupakan distribusi fungsional, yaitu distribusi kepemilikan faktor-faktor produksi.

Pembagian *return* ini harus didasarkan pada konsep bagi hasil yang adil. Artinya, setiap faktor produksi akan dihargai sesuai dengan kontribusinya masing-masing. Modal akan mendapatkan bagiannya dalam bentuk *profit* atau keuntungan, dan tenaga kerja akan mendapatkan bagiannya dalam bentuk gaji, bonus, dan fasilitas lainnya. Distribusi pasca produksi ini tentu harus dilakukan dengan berdasarkan pada kriteria yang jelas.

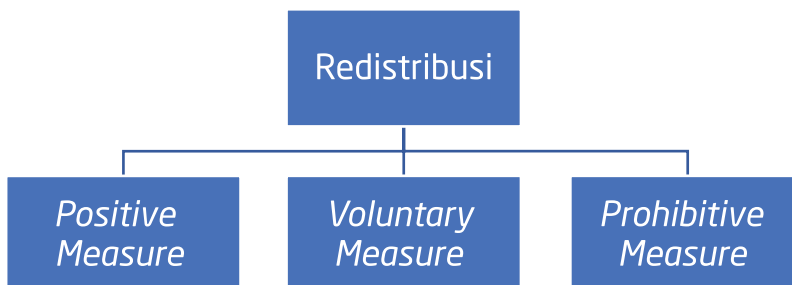
Ketidakadilan dalam distribusi pasca produksi ini akan mengakibatkan kesenjangan, terutama kesenjangan antara pemilik modal dengan para tenaga kerja. Apabila kesenjangan

gan ini semakin melebar dari waktu ke waktu, maka akan berpotensi menciptakan konflik sosial, antara pemilik modal dengan tenaga kerja. Untuk itu, perlu dipastikan bahwa keseimbangan distribusi pasca produksi ini bisa tetap terjaga.

Khusus tenaga kerja, bagian berupa gaji ini perlu memiliki dasar perhitungan yang jelas. Secara umum, diharapkan para tenaga kerja ini dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka, dan mendapatkan penghidupan yang layak sesuai dengan kondisi perusahaan dan industri yang dimasukinya. Dalam hal ini, keberadaan konsep dan perhitungan standar *had kifayah* menjadi sangat penting. Nilai *had kifayah* ini harus senantiasa dihitung secara berkala setiap tahun. Standar *had kifayah* ini dapat menjadi dasar perhitungan UMR (Upah Minimum Regional), baik Upah Minimum Provinsi (UMP) maupun Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK). Yang paling ideal tentu saja standar gaji tersebut berada di atas standar *nishab* zakat penghasilan. Namun demikian, tidak semua perusahaan memiliki kemampuan tersebut. Keadilan ini juga harus dirasakan oleh perusahaan.

Maslahah-oriented producer akan sangat memperhatikan masalah keadilan distribusi pasca produksi ini. Ia akan secara seimbang mempertimbangkan distribusi *return* ini sesuai dengan kontribusi masing-masing faktor produksi. Jika terjadi konflik antara *capital* dengan *labor*, maka ia tidak akan mudah untuk memenangkan modal atas tenaga kerjanya. Dengan kata lain, ia tidak akan dengan mudah untuk melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) terhadap tenaga kerja. PHK adalah opsi terakhir ketika pada akhirnya ia sudah tidak dapat lagi memenuhi biaya minimal untuk beroperasi. Kalaupun terjadi PHK, maka *maslahah-oriented producer* akan menyelesaikan prosesnya sesuai dengan ketentuan syariah dan perundang-undangan.

Berbeda halnya dengan *conventional producer* di mana biasanya ketika terjadi konflik antara modal dengan tenaga kerja, maka modal-lah yang dimenangkannya. Dalam kenyataannya, hal tersebut sering terjadi. Begitu mudah perusahaan mem-PHK karyawan dengan semena-mena dan bahkan tanpa kompensasi yang layak, sesuai dengan ketentuan syariah dan perundang-undangan.



Gambar 10.2. Redistribusi

Konsep distribusi dalam Islam dilengkapi dengan redistribusi. Artinya, *economic return* yang diterima oleh faktor produksi kemudian didistribusikan kembali melalui tiga ukuran, yaitu *positive measure*, *voluntary measure*, dan *prohibitive measure*.

Positive measure atau ukuran positif redistribusi adalah redistribusi kekayaan dan pendapatan melalui mekanisme yang diwajibkan oleh syariah, yaitu zakat dan waris (*faraid*). Keduanya adalah hal yang wajib ditunaikan, baik ketika masih hidup (zakat) dan setelah wafat (*faraid*). Faktor produksi berupa modal wajib menunaikan zakat *maal*, baik zakat atas keuntungan bisnis, keuntungan investasi, saham, dan aset-aset produktif yang dikelola di berbagai sektor perekonomian, seperti pertanian, pertambangan, dan jasa teknologi.

Faktor produksi tenaga kerja wajib mengeluarkan zakat fitrah maupun zakat *maal*. Zakat *maal* ini antara lain zakat penghasilan profesi, zakat atas investasi personal, saham, emas, deposito dan lain-lain, sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pendeknya, zakat *maal* ini dikenakan atas semua harta produktif yang diperoleh melalui cara-cara yang tidak bertentangan dengan syariah. Tenaga kerja juga wajib untuk mempraktekkan *faraid* atau waris melalui ahli waris mereka atas aset dan kekayaan yang ditinggal wafat.

Kemudian *voluntary measure* merupakan alat ukur redistribusi yang bersifat suka-rela sesuai dengan ketentuan syariah. Hal tersebut tercermin pada penunaian infak, sedekah, maupun wakaf. Terakhir adalah *prohibitive measure*, yaitu alat ukur redistribusi yang wajib ditiadakan karena akan membuat efek negatif redistribusi apabila dilaksanakan. Komponen utamanya ada dua, yaitu larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, dan larangan melakukan kebatilan dan kezaliman ekonomi.

Baik *maslahah-oriented producer* maupun *maslahah-oriented consumer* akan berusaha melaksanakan semua instrumen redistribusi ini, baik yang wajib maupun sukarela, dan akan berusaha untuk menghindari instrumen yang bersifat terlarang. Sementara *conventional producer* maupun *conventional consumer* tidak akan terlalu mempertimbangkan apakah wajib atau tidak, dan apakah halal atau haram, sehingga ia tidak terlalu memperdulikan apakah zakat yang wajib telah ia tunaikan dan apakah *riba* yang haram telah ia tinggalkan dan gantikan dengan sesuatu yang halal dan menguntungkan.

Pelaksanaan ketiga jenis distribusi di atas, baik distribusi pra-produksi, distribusi pasca produksi, maupun redistribusi, akan membuat perekonomian berada dalam kondisi keseimbangan dan keadilan. Kondisi tersebut akan dapat diwujudkan dengan baik melalui keberadaan *maslahah-oriented economic man*.

10.2. Konsep Dasar ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf)

Pembahasan pada subbab 10.1 di atas mensyaratkan perlunya pemahaman yang komprehensif mengenai zakat, infak, sedekah dan wakaf, atau disingkat ZISWAF. Ini sangat penting karena akan memengaruhi keberhasilan distribusi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi.

Untuk memahami konsep ZISWAF ini, maka akan dibahas terlebih dahulu mengenai konsep infak. Infak pada dasarnya adalah mengeluarkan atau membelanjakan harta yang bersifat material. Dalam Al-Quran, pembelanjaan harta dalam bentuk infak ini dapat digu-

nakan untuk dua hal, yaitu infak di jalan Allah, dan infak untuk menjauhkan manusia dari jalan Allah. Untuk yang kedua ini, antara lain terdapat dalam QS Al Anfal ayat 36.

“Sesungguhnya orang-orang yang kafir itu meng-infak-kan harta mereka untuk menghalang-halangi orang dari jalan Allah. Mereka akan terus menginfakkan harta itu, kemudian mereka akan menyesal sendiri, dan akhirnya mereka akan dikalahkan. Ke dalam neraka Jahannamlah orang-orang kafir itu akan dikumpulkan.” (QS Al-Anfal ayat 36)

Namun infak yang dimaksud dalam instrumen redistribusi ini adalah infak di jalan Allah (*infak fii sabilillaah*). Infak ini harus dalam bentuk materi, bisa berupa uang maupun barang. Tidak ada ketentuan khusus mengenai besaran infak, syarat minimal berinfaq, maupun kelompok penerima manfaatnya. Penerima manfaat infak bisa muslim, bisa non muslim. Bisa pula lembaga, bisa pula makhluk hidup lainnya, seperti hewan dan tumbuh-tumbuhan. Secara umum, hukum infak ini adalah sunnah, atau sangat direkomendasikan dalam ajaran Islam.

Adapun sedekah adalah melakukan pemberian di jalan Allah, baik dalam bentuk material maupun non material. Sedekah non material contohnya adalah tersenyum, di mana Rasulullah SAW dalam salah satu haditsnya yang sangat terkenal menyatakan bahwa *tersenyum itu sedekah*. Dengan demikian, dimensi sedekah ini lebih luas dibandingkan dengan infak, karena mencakup aspek non material. Adapun infak pada dasarnya sama dengan sedekah material. Dari sisi pemanfaatan, sedekah juga sangat fleksibel, yang terpenting adalah untuk kebaikan dan kemaslahatan.

“Sesungguhnya pintu kebajikan itu banyak. Mengucapkan tasbih, tahmid, takbir, tahlil dengan khidmat dan khusus, merupakan sedekah. Mengajak orang kepada yang baik dan melarang dari yang mungkar merupakan sedekah. Menyingkirkan batu dari jalan untuk memudahkan orang lewat, merupakan sedekah. Menuntun orang buta menyeberang jalan, merupakan sedekah. Memberi petunjuk kepada orang yang bertanya kepadamu, merupakan sedekah. Membantu orang-orang yang lemah dengan kekuatan dua betismu dan dua lenganmu, adalah sedekah. Bahkan senyumanmu ketika berhadapan dengan saudaramu, juga merupakan sedekah.” (H.R. Bukhari dan Muslim)

Sementara zakat adalah ibadah wajib di bidang harta, yang wajib ditunaikan oleh mereka yang memenuhi syarat, dan disampaikan kepada mereka yang berhak untuk menerimanya. Zakat ini wajib ditunaikan oleh muzakki, dan berhak diterima oleh mustahik. Zakat secara umum terbagi atas dua jenis, yaitu zakat fitrah dan zakat maal. Zakat fitrah adalah zakat atas jiwa, yang dikeluarkan sepanjang bulan Ramadhan hingga menjelang shalat idul fitri, dengan besaran senilai satu sha' bahan makanan pokok atau uang yang senilai. Adapun zakat maal adalah zakat yang wajib dikeluarkan atas semua harta produktif yang berkembang dan dimiliki penuh oleh muzakki sesuai ketentuan yang berlaku. Khusus mustahik, ketentuan 8 ashnaf ini telah diatur secara jelas dalam QS At Taubah ayat 60.

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk

(membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana” (QS At-Taubah ayat 60)

Zakat	Infak	Sedekah	Wakaf
- Dikeluarkan dalam bentuk harta (material), yang wajib dikeluarkan setelah memenuhi syarat, oleh mereka yang juga memenuhi syarat (muzakki) - Disebut juga infak/sedekah wajib - Disalurkan pada 8 asnaf penerima zakat, yang disebut mustahik (QS 9:60)	- Dikeluarkan dalam bentuk material (uang dan barang) - Infak terbagi 2, yaitu: infak fi sabilillah dan infak fi sabilis syaithon (QS 8 : 36) - Infak (fii sabilillah) sangat dianjurkan untuk ditunaikan (sunnah) - Pemanfaatannya bebas , selama untuk kemaslahatan	- Dikeluarkan dalam bentuk material maupun non material - Sedekah material disebut dengan infak (fii sabilillah) - Sangat dianjurkan untuk ditunaikan (sunnah) - Pemanfaatannya bebas , selama untuk kemaslahatan	- Dikeluarkan dalam bentuk harta (material) yang dikeluarkan dengan prinsip menahan pokok harta tersebut agar terus berkembang - Disebut juga infak/sedekah jariyah - Pemanfaatannya bebas (komersial dan sosial), selama untuk kemaslahatan

Gambar 10.3. Definisi dan Perbedaan ZISWAF

Sumber : Beik (2021)

Harta yang wajib dikeluarkan ini harus memenuhi sejumlah persyaratan, antara lain sumber harta harus halal, telah memenuhi syarat nishab, syarat haul bagi jenis zakat tertentu, hartanya berkembang secara produktif (*an-namaa*), dan dikeluarkan dengan kadar zakat yang tepat sesuai dengan jenis hartanya. Nishab adalah batas kepemilikan minimal atas harta, sehingga apabila kepemilikan harta melebihi batas tersebut, maka wajib dikeluarkan zakatnya. Misalnya, batas nishab untuk zakat perusahaan adalah senilai 85 gram emas, sehingga apabila perusahaan memiliki keuntungan melebihi 85 gram emas, maka wajib dikeluarkan zakatnya dengan kadar sebesar 2,5 persen.

Haul adalah batas waktu minimal atas kepemilikan harta, yaitu selama satu tahun. Umumnya, hampir semua zakat maal ini harus memenuhi ketentuan *haul*, kecuali pada beberapa jenis, yaitu zakat pertanian, sebagaimana dalam QS Al-An’am ayat 141, dan zakat penghasilan profesi. Khusus zakat penghasilan profesi ini, ada perbedaan pendapat mengenai ketentuan perhitungannya, baik yang mendasarkan pada zakat emas dan perak, maupun yang mendasarkan pada zakat pertanian. Jika mendasarkan pada emas dan perak, maka ada syarat *haul* (kepemilikan selama satu tahun), nishab senilai 85 gram emas atau 595 gram perak, dan kadar 2,5 persen. Jika mendasarkan pada zakat pertanian maka tidak perlu ada *haul*, *nishabnya* senilai 5 *ausaq* hasil panen (stara 653 kg gabah atau 524 kg beras), dan kadarnya 2,5 persen. Kewajiban atas zakat penghasilan profesi ini telah diatur dalam UU No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat (zakat atas pendapatan dan jasa).

Dalam nash, istilah zakat yang digunakan juga mencakup sedekah (QS At-taubah ayat 60 dan 103), infak (QS Al-Baqarah ayat 167) dan hak (QS Al-An'am ayat 141). Dengan demikian, zakat juga dapat disebut sebagai sedekah wajib atau infak wajib.

Box 1. Zakat Penghasilan Profesi

Salah satu diskursus yang sering mengundang perdebatan dan perbedaan pendapat adalah terkait zakat penghasilan profesi. Sebagian berpendapat tidak ada zakat profesi, dan sebagian lagi berpendapat, ada zakat profesi. Meski telah dijelaskan sebelumnya, secara umum buku ini mengambil pendapat yang membenarkan adanya zakat penghasilan profesi, karena hal tersebut sudah diatur dalam UU No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Pasal 4 ayat 2 poin h (zakat atas pendapatan dan jasa). Dengan demikian, adanya UU beserta perangkat peraturan turunannya yang dikeluarkan pemerintah, yang mengatur tentang adanya zakat penghasilan profesi, maka hal tersebut sesungguhnya menutup perbedaan pendapat yang ada, karena kaidah fiqh menyatakan "*hukmul haakim yarfa'ul khilaf*", yaitu keputusan negara menghilangkan perbedaan.

Zakat penghasilan profesi pada dasarnya merupakan bagian dari zakat maal, jadi bukan zakat yang berdiri sendiri. Zakat ini dikeluarkan atas penghasilan yang diperoleh karena keahlian yang dimiliki seseorang (al-maal al-mustafad). Misalnya, seorang dosen, karena keahlian di bidang keilmuannya mendapatkan gaji dan tunjangan kinerja atas aktivitasnya. Maka, pendapatan yang diperoleh tersebut disebut dengan al-maal al-mustafad. Dalam Official News No 02/ON/01/2020 yang diterbitkan Pusat Kajian Strategis BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), dijelaskan bahwa zakat penghasilan profesi ini telah memenuhi maqashid syariah dan memiliki akar sejarah pelaksanaan yang panjang sejak zaman Nabi, sahabat, hingga generasi sesudahnya. Setelah penaklukan Mekkah, Rasulullah SAW memerintahkan Uthab bin Asid RA gubernur Mekkah saat itu, untuk menyisihkan 2 dirham setiap hari ke Baitul Maal. Kemudian Utsman bin Affan RA juga memerintahkan penetapan zakat atas gaji yang diberikan pada pegawainya selama telah mencapai nishab.

Selanjutnya, dalam kitab Al-Muwattha karya Imam Malik, dijelaskan bahwa Mu'awiyah bin Abi Sofyan RA ketika menjadi khalifah juga menetapkan zakat atas tiap-tiap upah yang dibayarkan, termasuk upah/gaji yang dibayarkan pada para pegawai pemerintah saat itu. Beberapa sahabat utama yang masih hidup, seperti Ibnu Abbas RA, Ibnu Mas'ud RA, dan Anas bin Malik RA, tidak menyelisihi keputusan Mu'awiyah sehingga dianggap menyetujui dan bersepakat atas keputusan Mu'awiyah tersebut. Tidak mungkin persetujuan para sahabat tersebut dilakukan dalam kerangka dakwah yang bertentangan dengan ajaran Rasulullah SAW.

Kemudian Ibnu Abbas RA menyatakan, ketika beliau menanggapi seseorang yang memperoleh manfaat harta dari pekerjaannya, maka ia menyatakan : "hendaknya orang tersebut mengeluarkan zakatnya pada hari ia mendapatkannya". Dalam kitab Al-Amwal karya Abu Ubaid, juga dijelaskan bahwa Hubairah bin Barim menyatakan

bahwa Ibnu Mas'ud RA pernah memberikannya upah dalam kantong-kantong kecil berisi uang, maka ia mengambil zakat darinya. Dari setiap 1000, diambil zakatnya 25. Dengan kata lain, besaran zakatnya adalah 2,5 persen dari total yang didapat. Khalifah Umar bin Abdul Aziz pun juga memungut zakat atas penghasilan para pegawai pemerintah.

Tinggal yang menjadi perbedaan pendapat adalah bagaimana ketentuan dan tata cara perhitungan zakat penghasilan ini. Dalam hal ini, jika merujuk pada SK Ketua BAZNAS No 34 Tahun 2020 tentang Pedoman Tata Cara Perhitungan dan Waktu Penunaian Zakat Pendapatan dan Jasa, maka ada tiga pendekatan perhitungan yang diakui. Pertama, ketentuannya didasarkan pada ketentuan zakat emas, dimana nishabnya senilai 85 gram emas dan kadarnya 2,5 persen. Kedua, didasarkan pada ketentuan zakat perak, dimana nishabnya setara dengan 595 gram perak dengan kadar 2,5 persen. Baik ketentuan emas maupun perak, ada aturan mengenai haul (satu tahun kepemilikan). Namun pembayaran zakat ini dapat dilakukan dengan mencicil setiap bulan. Ketiga, didasarkan pada ketentuan zakat pertanian, khususnya padi, dimana nishabnya mencapai angka 5 ausaq (653 kg hasil panen) dan kadarnya sebesar 2,5 persen serta tidak ada haul. Karena didasarkan pada beras, maka hasil panen berupa 653 kg gabah, setelah dikonversi menjadi beras, maka nishabnya setara dengan nilai 524 kg beras. Penetapan ketentuan mana yang digunakan akan dilakukan BAZNAS setiap tahunnya. Saat ini yang digunakan adalah ketentuan zakat emas.

Box 2. Zakat Perusahaan

Dalam UU No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dijelaskan pada Pasal 1 bahwa muzakki didefinisikan sebagai seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat. Definisi ini menegaskan bahwa muzakki pada dasarnya terbagi menjadi 2 jenis, yaitu muzakki perorangan dan muzakki badan usaha. Dengan adanya muzakki badan usaha, ini berimplikasi bahwa perusahaan-perusahaan yang ada di semua sektor usaha yang halal, berpotensi untuk menjadi wajib zakat selama memenuhi persyaratan. Konsep ini mengadopsi konsepsi syaksiyah i'tibariyyah atau legal person dimana suatu badan dianggap sebagai orang karena memiliki karakteristik yang sama dengan orang, seperti bisa memiliki aset, dapat dituntut dan menuntut, dapat melakukan perjanjian dengan pihak lain, dan lain-lain. Dalam prakteknya, semua hal tersebut diputuskan dan dilaksanakan oleh pemegang saham dan oleh direksi/komisaris perusahaan, sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Selain Indonesia, negara-negara lain juga banyak yang menganut konsep syaksiyah i'tibariyyah dan menjadikan badan usaha sebagai subyek zakat (muzakki) apabila mereka telah memenuhi syarat. Sebagai contoh, Otoritas Zakat, Pajak dan Cukai, Kementerian Keuangan, Arab Saudi, dalam Peraturan Pelaksana Pengumpulan Zakat (*The Executive Regulation for the Collection of Zakat*) yang diterbitkan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No 2216 tanggal 13 Maret 2019 yang diamandemen oleh Keputusan Menteri Keuangan No 5123 tanggal 14 Agustus 2020, juga men-

definisikan muzakki sebagai orang perorangan (natural person) maupun badan usaha (legal person).

Adapun perhitungan zakat perusahaan ini dapat berbeda-beda bergantung pada jenis usaha yang dilakukannya. Meski demikian secara umum ketentuan zakat perusahaan mengikuti ketentuan zakat perniagaan/perdagangan, dimana nishabnya adalah senilai 85 gram emas, kadarnya 2,5 persen, dan terdapat haul (satu tahun) sehingga pengeluaran zakatnya biasanya dimasukkan ke dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Adapun formula umum tata cara perhitungannya adalah aktiva lancar dikurangi dengan pasiva lancar, yang apabila hasilnya melebihi 85 gram emas, maka langsung dikalikan dengan 2,5 persen. Secara detail perhitungan zakat perusahaan ini diatur dalam Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014.

Selanjutnya adalah wakaf. Wakaf adalah ibadah di bidang harta yang dilakukan dengan prinsip **menahan pokok** hartanya, untuk digunakan dan dikembangkan sesuai peruntukannya, dan manfaatnya kemudian disalurkan pada kelompok penerima manfaat tertentu. Harta wakaf diserahkan oleh wakif, dikelola oleh nazhir, dan manfaatnya diterima oleh *mauquf alaih*. Wakaf ini juga disebut sebagai sedekah jariyah atau infak jariyah.

Harta wakaf ini bisa berupa harta berupa aset tetap maupun berupa aset bergerak, seperti uang. Khusus wakaf uang ini, ia memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dan dapat dimanfaatkan untuk keperluan investasi, baik investasi di sektor riil, maupun di sektor keuangan syariah. Yang perlu dijaga adalah agar nilai pokoknya tidak berkurang. Karena itu, nazhir dalam pengelolaannya, perlu mempertimbangkan aspek pengetahuan dan kompetensi bisnis, serta memiliki pemahaman dan kemampuan atas pengelolaan resiko yang ditimbulkan dari pengelolaan wakaf uang tersebut.

Secara umum, potensi ZISWAF ini sangat luar biasa besar. Data yang dirilis oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS pada 2020, besaran potensi zakat secara nasional mencapai angka Rp 327 triliun. Sementara data potensi wakaf uang yang dirilis oleh Badan Wakaf Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan angka Rp 180 triliun. Jika dikombinasikan maka potensi dana keuangan sosial Islam dalam bentuk zakat dan wakaf ini mencapai angka Rp 507 triliun pada tahun 2020. Angka ini akan terus bergerak seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun demikian, pada sisi pengumpulan, nilai zakat yang terkumpul baru mencapai angka 4,3 persen dari potensinya dan wakaf uang yang terdata baru mencapai angka 0,5 persen dari potensinya.

Box 3. Wakaf Uang

Salah satu jenis wakaf yang sangat pesat perkembangannya di Indonesia adalah wakaf uang. Wakaf uang ini pertama kali dipopulerkan adalah oleh Imam Az-Zuhri, yang merupakan salah seorang ulama dari generasi Tabi'in pada tahun 124 H. Wakaf uang ini kemudian semakin berkembang dalam sejarah Islam, dan mencapai puncak kejayaannya di masa kekhilafahan Turki Usmani.

Dalam studi yang dilakukan oleh Murat Cizakca (2004) terungkap fakta bahwa sepanjang periode 1555-1823 terdapat 761 lembaga nazhir wakaf uang yang beroperasi di masa Turki dengan kantor pusatnya berada di wilayah Bursa, Turki. Dari riset yang beliau lakukan, ternyata lembaga nazhir wakaf yang bertahan lebih dari 1 abad dan menunjukkan kinerja yang baik ada sekitar 148 lembaga. Secara umum, wakaf uang yang dikumpulkan, kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan usaha masyarakat. Mayoritas menggunakan akad pembiayaan murabahah (jual beli dengan margin profit), dimana margin profitnya di kisaran 10-11 persen. Sebagian lainnya menggunakan akad mudharabah dan akad-akad lain yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Adapun keuntungan yang diperoleh, disalurkan untuk membiayai kegiatan-kegiatan sosial masyarakat.

Dalam konteks Indonesia, keberadaan wakaf uang ini telah diakomodasi dalam UU No 41 Tahun 2004 tentang Wakaf. Dalam perkembangannya kemudian muncul istilah wakaf uang dan wakaf melalui uang. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa harta benda wakaf atau mauquf bihi-nya, berbeda antara wakaf uang dengan wakaf melalui uang. Pada wakaf uang, mauquf bihinya adalah uang wakaf itu sendiri, sementara pada wakaf melalui uang, mauquf bih nya adalah aset wakaf selain uang. Uang hanya menjadi perantara atas aset wakaf lainnya. Misalnya, pengumpulan dana wakaf untuk pembangunan RS mata. Dana yang terkumpul adalah wakaf melalui uang karena uang tersebut pada akhirnya akan dikonversi menjadi aset wakaf tetap berupa RS mata. Perbedaan antara wakaf uang dan wakaf melalui uang diatur lebih lanjut dalam Peraturan Badan Wakaf Indonesia No 1 Tahun 2020.

Secara umum, wakaf uang ini dapat diinvestasikan baik pada sektor riil maupun pada sektor keuangan syariah. Jika diinvestasikan pada sektor riil, maka harus dijamin oleh asuransi syariah, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2006. Adapun investasi pada sektor keuangan syariah, maka uang wakaf dapat ditempatkan pada produk-produk keuangan syariah, seperti deposito dan tabungan perbankan syariah, saham syariah, sukuk (baik sukuk biasa maupun wakaf linked sukuk), dan lain-lain.

Wakaf ini dapat bersifat abadi/selamanya, atau dikenal dengan istilah muabbad, maupun bersifat sementara/temporer, atau dikenal dengan istilah muaqqot. Wakaf uang yang bersifat sementara, atau memiliki jangka waktu tertentu, biasanya ditempatkan pada produk deposito/tabungan bank syariah maupun pada instrumen wakaf linked-sukuk. Diantara produk sukuk yang populer adalah CWLS (Cash Wakaf Linked Sukuk), yang diterbitkan oleh Kementerian Keuangan RI melalui Direktorat Pembiayaan Syariah. Pada saat jatuh tempo, pokok wakafnya akan dikembalikan pada wakif, dan nilai margin/bagi hasil yang menjadi kupon wakafnya disalurkan untuk program-program sosial yang dikelola oleh lembaga nazhir resmi. CWLS ini telah diterbitkan selama 2 tahun sejak tahun 2020, yaitu SW001 dan SWR 001 pada 2020, dan SWR 002 pada 2021. Direncanakan CWLS ini akan diterbitkan setiap tahun.

Spiritual	Sosial	Ekonomi
• Mensucikan jiwa, raga dan harta (QS 9 : 103) • Orientasi halal & berkah • Etos kerja positif • Semangat beribadah • Dibersihkan dari penyakit ruhani, seperti dosa syirik (QS 41:6-7) • Menimbulkan penyesalan jika tidak ditunaikan (QS 63:10)	• Menumbuhkan soliditas dan ukhuwah (QS 9 :71) • Menciptakan pribadi, keluarga dan masyarakat sakinah • Menumbuhkan kebersamaan dan saling mencintai • Meningkatkan ketahanan sosial masyarakat	• Antitesa dari sistem ekonomi riba (QS 30:39 dan QS 2:276) • Meningkatkan <i>growth through equity</i> (ekonomi berkeadilan) • Instrumen pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan

Gambar 10.4. Dimensi ZISWAF

Tingginya kesenjangan antara potensi dengan realisasi ZISWAF menunjukkan perlunya upaya peningkatan pemahaman masyarakat akan ZISWAF. Salah satunya adalah dengan mensosialisasikan konsep ZISWAF dengan benar, yang antara lain adalah terkait dengan konsep dimensi ZISWAF, dimana ibadah ZISWAF adalah ibadah yang bersifat multidimensi. Paling tidak, ada tiga dimensi terkait ibadah ZISWAF ini.

Pertama, dimensi spiritual, atau aspek keimanan. Ibadah ZISWAF adalah ibadah yang didesain untuk meningkatkan kualitas keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Kualitas ini tercermin dari sejumlah indikator penting, yaitu antara lain adanya penyucian atas jiwa, raga dan harta yang dikeluarkan ZISWAF-nya, komitmen untuk senantiasa berorientasi pada aspek halal dan berkah dalam segala kegiatannya termasuk kegiatan ekonomi, tumbuhnya etos kerja yang bersifat positif dan semangat beribadah yang kokoh. Selain itu, penguatan keimanan ini ditandai dengan dibersihkannya diri dari berbagai dosa besar, antara lain dosa syirik. Juga ibadah ZISWAF akan mencegah penyesalan di kemudian hari, yaitu di akhirat.

"Katakanlah (Muhammad), "Aku ini hanyalah seorang manusia seperti kamu, yang diwahyukan kepadaku bahwa Tuhan kamu adalah Tuhan Yang Maha Esa, karena itu tetaplah kamu (beribadah) kepada-Nya dan mohonlah ampunan kepada-Nya. Dan celakalah bagi orang-orang yang musyrik (yaitu mempersekutukan-(Nya) (6); (yaitu) orang-orang yang tidak menunaikan zakat dan mereka ingkar terhadap kehidupan akhirat (7))." (QS Fushshilat ayat 6-7)

"Dan infakkanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum kematian datang kepada salah seorang di antara kamu; lalu dia berkata (menyesali), "Ya Tuhanku, sekiranya Engkau berkenan menunda (kematian)ku sedikit waktu lagi, maka aku dapat bersedekah dan aku akan termasuk orang-orang yang saleh." (QS Al-Munafiqun ayat 10)

Kedua, dimensi sosial. Ibadah ZISWAF adalah ibadah yang bertujuan untuk memperkuat tatanan sosial masyarakat. ZISWAF akan mendorong lahirnya tatanan sosial kemasyarakatan yang solid, persaudaraan yang kokoh, serta melahirkan pribadi, keluarga dan masyarakat yang sakinah, yang memiliki ketajaman hati dan pikiran sehingga mampu mengatasi berbagai macam persoalan yang ada. ZISWAF juga akan mendorong tumbuhnya kebersamaan dan solidaritas sosial yang kuat, sehingga dapat membantu mereduksi potensi konflik sosial horizontal yang mungkin terjadi.

Ketiga, dimensi ekonomi. Ibadah ZISWAF adalah ibadah yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Ia dapat menjadi instrumen perekonomian, yang dapat menumbuhkan perekonomian melalui semangat berbagi, atau *growth through equity*. Artinya, dengan berbagi perekonomian akan tumbuh. *Spirit of sharing* ini yang akan memberikan stimulus terhadap perekonomian untuk berkembang, baik dari sisi permintaan maupun dari sisi penawaran.

Pada sisi permintaan, adanya ZISWAF akan menaikkan daya beli konsumen, sehingga secara individu, konsumen akan memiliki kemampuan lebih besar dalam meningkatkan konsumsinya, baik konsumsi untuk dunia maupun untuk akhirat. Pada sisi penawaran, ZISWAF akan membantu meningkatkan sumber pendanaan yang dapat meningkatkan kapasitas sumberdaya modal yang dapat dinikmati oleh produsen, sehingga ia memiliki ruang lebih besar untuk meningkatkan produksinya. Kondisi inilah, baik dari sisi konsumen maupun dari sisi produsen, yang akan menaikkan taraf perekonomian ke arah yang lebih baik.

10.3. Aplikasi ZISWAF pada Rumah Tangga dan Perusahaan

Pada subbab ini akan dibahas bagaimana aplikasi ZISWAF pada rumah tangga maupun pada perusahaan. Tujuannya adalah untuk menganalisis apakah distribusi akan berjalan dengan baik, dengan menyandarkan analisisnya pada keempat tipologi manusia sebagai makhluk ekonomi.

Tabel 10.1. Aplikasi ZISWAF pada Rumah Tangga

No	Tipologi Konsumen	Tingkat Kesadaran	Komitmen Ber ZISWAF	Kondisi Distribusi	Dampak Distribusi
1	<i>Maslahah-oriented consumer</i>	Tinggi	Tinggi	Baik	<i>High Impact</i>
2	<i>Conventional consumer</i>	Rendah	Rendah	Tidak baik	<i>No Impact</i>
3	<i>Ascetic consumer</i>	Tinggi	Tinggi	Kurang Baik	<i>Low Impact</i>
4	<i>Apathetic consumer</i>	Rendah	Rendah	Tidak baik	<i>No Impact</i>

Tabel 10.1 menggambarkan bagaimana aplikasi ZISWAF pada empat tipologi yang ada, ditinjau dari aspek tingkat kesadaran (*awareness*) dan tingkat komitmen untuk melaksanakan ibadah ZISWAF. Pada *masalah-oriented economic man*, tingkat kesadaran

untuk melaksanakan ibadah ZISWAF adalah tinggi. Ini dikarenakan adanya kesadaran akan pentingnya semangat berbagi pada aktivitas konsumsi yang dilakukan. *Maslahah-oriented consumer* akan menyukai kemaslahatan yang ditimbulkan dari pelaksanaan ibadah ZISWAF, karena membantu orang lain akan meningkatkan pemanfaatan dan keberkahan dari harta yang dimilikinya.

Pada *ordinary masalah-oriented consumer*, semangat berbagi ini akan mendorong tercapainya kondisi penguatan dimensi sosial dan dimensi ekonomi dari ZISWAF. Ia akan mendorong kohesivitas sosial yang tinggi sekaligus bisa meningkatkan daya beli kelompok tidak mampu, yang dibantu dari ZISWAF yang diberikannya. Pada *masalah-oriented consumer with metaphysical optimization*, maka selain tercapainya dimensi sosial dan dimensi ekonomi, juga akan tercapainya dimensi keimanan (spiritual) yang jauh lebih baik dan optimal.

Distribusi akan berjalan dengan baik karena *masalah-oriented consumer*, baik yang *ordinary* maupun yang dengan optimisasi metafisik, memiliki komitmen yang tinggi untuk melaksanakan ibadah ZISWAF. Komitmen tersebut bahkan sangat tinggi meski tanpa perlu diberikan insentif atau stimulus. Inilah kelompok loyalis kebaikan yang menjadikan semangat ber-ZISWAF ini sebagai bagian dari gaya hidup yang dilakukan. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa kondisi distribusi akan baik dan dampak yang dihasilkan akan bersifat *high impact*.

Pada *conventional consumer*, ia akan senantiasa menghitung dan mempertimbangkan segala sesuatunya dengan detail. Baginya, berbagi adalah beban sehingga tidak mudah untuk dilaksanakan. Karena itu, tingkat kesadaran *conventional consumer* adalah rendah untuk ber-ZISWAF. Dengan paradigma seperti itu, maka komitmen untuk ber-ZISWAF dari *conventional consumer* juga rendah. Karena itu, dampak terhadap distribusi juga kurang baik dan rendah. Akan sangat sulit menciptakan distribusi yang baik dan adil dengan kondisi yang dimiliki oleh *conventional consumer*, sehingga tidak dampak yang diberikan pada perbaikan distribusi.

Selanjutnya adalah *ascetic consumer*. Pada tipologi ini, karena ia memiliki orientasi ukhrawi yang tinggi, maka kesadaran maupun komitmen berbaginya dalam pelaksanaan ibadah ZISWAF akan tinggi. Kondisi distribusi juga akan berjalan dengan kurang baik dan dampak dihasilkan juga bersifat *low impact*. Maksudnya adalah, karena tipologi ini tidak memiliki orientasi duniawi dalam hal produktivitas yang optimal, maka potensi kemampuan mendorong keseimbangan distribusi akan lebih kecil dibandingkan dengan *masalah-oriented consumer*.

Terakhir, *apathetic consumer*. Pada tipologi ini, konsumen cenderung tidak memiliki tingkat kesadaran dan komitmen untuk melaksanakan ZISWAF yang tinggi. Ini dikarenakan karakteristiknya yang justru menjadi beban bagi orang lain. Konsumsinya bergantung pada belas kasih orang lain, dan ia sendiri tidak memiliki semangat untuk membantu yang lain.

Tabel 10.2. Aplikasi ZISWAF pada Perusahaan

No	Tipologi Produsen	Tingkat Kesadaran	Komitmen Ber ZISWAF	Kondisi Distribusi	Dampak Distribusi
1	<i>Maslahah-oriented producer</i>	Tinggi	Tinggi	Baik	<i>High Impact</i>
2	<i>Conventional producer</i>	Rendah	Rendah	Tidak Baik	<i>No Impact</i>
3	<i>Ascetic producer</i>	Tinggi	Tinggi	Kurang Baik	<i>Low Impact</i>
4	<i>Apathetic producer</i>	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Baik	<i>No Impact</i>

Pada sisi perusahaan atau produsen, *masalahah-oriented producer* akan memiliki tingkat kesadaran dan tingkat komitmen yang tinggi, sehingga akan mendorong kondisi distribusi berjalan dengan baik. Pada prakteknya, produsen ini akan senantiasa memperhitungkan pelaksanaan ibadah ZISWAF dengan baik. Ia akan menunaikan kewajiban zakat perusahaannya, dan juga melaksanakan kegiatan infak dan sedekah perusahaan dengan baik. Ia pun juga akan sangat termotivasi untuk membiayai program-program wakaf yang ada. Dampak yang dihasilkan oleh *masalahah-oriented producer* ini akan bersifat *high impact*.

Sama seperti konsumen, pada *ordinary masalahah-oriented producer*, pelaksanaan ibadah ZISWAF yang dilakukan akan mampu melahirkan dimensi sosial dan ekonomi yang baik. Sementara pada *masalahah-oriented producer with metaphysical optimization* maka dimensi keimanan (spiritual) juga akan tercapai dengan baik.

Adapun pada *conventional producer*, kesadaran dan komitmen untuk melaksanakan ZISWAF sangat rendah, karena itu adalah beban yang dianggap akan mengurangi daya saing perusahaan. Untuk mendorong perusahaan-perusahaan ini mau berbagi, maka perlu dibuat aturan yang memaksa, seperti melalui UU tentang CSR, atau melalui pemberian insentif pajak, dimana donasi yang diberikan bisa menjadi pengurang pajak. Jika hanya diserahkan pada *conventional producer*, maka pelaksanaan ZISWAF akan menjadi kendala, sehingga kondisi distribusi yang dihasilkan menjadi tidak baik. Kesenjangan akan semakin melebar. Dampak yang dihasilkannya pun *no impact*. Artinya, tidak ada dampak terhadap perbaikan distribusi.

Sementara pada *ascetic producer*, karena ia hanya memproduksi untuk kebutuhan pokok saja, maka kapasitas output yang dihasilkan masih berada pada kondisi yang tidak optimal sehingga kondisi distribusinya menjadi kurang baik. Meski orientasi akhirnya tinggi dan komitmen ber-ZISWAF-nya juga tinggi, namun pelaksanaan distribusinya akan memberikan dampak yang rendah (*low impact*). Adapun *apathetic producer*, sebagaimana telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka pada tipologi ini tidak ada dampak (*no impact*) terhadap distribusi.

Box 4. Wakaf Produktif

Salah satu terminologi yang semakin populer di dunia perwakafan nasional adalah wakaf produktif. Wakaf produktif ini mengacu pada kegiatan pemanfaatan aset wakaf pada kegiatan-kegiatan ekonomi dan bisnis yang bersifat produktif. Selama ini orang hanya mengenal istilah wakaf sosial, dimana pengelolaan aset wakaf dilakukan secara sosial tanpa ada upaya-upaya yang bersifat pemanfaatan wakaf secara produktif dan profitable.

Sesungguhnya, jika merujuk pada kisah tanah di Khaibar di mana Umar bin Khat-tab RA berkonsultasi pada Rasulullah SAW, maka jawaban Nabi SAW sebenarnya telah mencerminkan konsepsi dan esensi dari wakaf produktif. Rasulullah SAW menyatakan “ihbis aslah watsabbil tsamarotaha”, yang artinya tahan pokoknya dan kembangkan hasilnya. Jadi sesungguhnya wakaf ini sejak hari pertama sudah bersifat produktif.

Dalam praktek hari ini, upaya untuk memproduksi aset wakaf ini menggunakan 3 pendekatan, yaitu pendekatan murni bisnis, pendekatan hibrida bisnis dan sosial, dan pendekatan hibrida / hybrid keuangan komersial dan wakaf uang.

Pada pendekatan pertama, aset wakaf benar-benar dikelola dengan menggunakan pendekatan bisnis murni, seperti wakaf rumah makan dan wakaf apartemen dan kompleks perbelanjaan. Pada pendekatan kedua, secara umum aset wakaf dikelola secara bisnis, namun ada proses bisnisnya yang bersifat sosial. Misalnya, pengelolaan rumah sakit berbasis wakaf, yang dikelola berdasarkan prinsip bisnis syariah, dan dalam prosesnya, khususnya bagi kaum dhuafa, mereka dikenakan biaya nol rupiah atau biaya sangat murah dengan berbasis subsidi. Sementara pada pendekatan ketiga, ada kombinasi antara wakaf uang dengan produk keuangan syariah komersial. Di Indonesia, pendekatan ketiga ini antara lain tercermin pada produk CWLS maupun produk wakaf polis asuransi syariah.

Kesimpulan

Setelah membahas perilaku dari masing-masing pelaku ekonomi yang kemudian dilanjutkan dengan interaksinya di dalam pasar, maka bab 10 membahas aspek distribusi dalam ekonomi mikro Islam. Pembahasan dimulai dengan konsep distribusi dalam ekonomi mikro Islam. Kemudian dilanjutkan dengan konsep dasar yang terdapat pada zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Terakhir, pembahasan pada bab ini ditutup dengan diskusi mengenai aplikasi ziswaf pada rumah tangga dan perusahaan.

Rangkuman

1. Distribusi dalam ekonomi mikro dimaknai sebagai upaya untuk membagi sumber daya ekonomi kepada para pelaku ekonomi, baik pada sisi konsumsi dan permintaan, maupun pada sisi produksi maupun penawaran.

2. Distribusi dapat dilakukan, baik melalui mekanisme pasar, maupun dilakukan berdasarkan mekanisme yang ditetapkan secara bersama diantara para pelaku ekonomi.
3. Dalam kegiatan ekonomi, distribusi dibagi menjadi tiga, yaitu distribusi pra produksi, distribusi pasca produksi dan redistribusi.
4. Redistribusi memiliki tiga jenis ukuran, yaitu *positive measure*, *voluntary measure* dan *prohibitive measure*.
5. Peran ZISWAF adalah sangat penting dalam menjamin adanya aliran kekayaan dari kelompok mampu pada kelompok tidak mampu.
6. Infak adalah pengeluaran yang bersifat material, baik di jalan Allah maupun bukan di jalan Allah, sebagaimana dijelaskan bahwa orang-orang yang kafir pun juga berinfak untuk menjauhkan manusia dari jalan Allah (QS 8:36).
7. Sedekah merupakan pengeluaran di jalan Allah, baik yang bersifat material maupun non material. Sedekah material pada dasarnya merupakan infak fi sabilillah.
8. Adapun zakat adalah ibadah wajib di bidang harta, yang dibebankan pada muzakki untuk disalurkan pada mustahik. Zakat disebut juga dengan sedekah wajib maupun infak wajib.
9. Ibadah ZISWAF bersifat multidimensi, mencakup dimensi spiritual (keimanan personal), dimensi sosial dan dimensi ekonomi.
10. Aplikasi ZISWAF, baik pada tataran konsumen maupun produsen, akan berjalan dengan baik ketika didasarkan pada konsepsi *masalahah-oriented economic man*.

Pertanyaan

1. Apa yang dimaksud dengan distribusi pra-produksi? Jelaskan
2. Apa perbedaan antara distribusi pasca produksi dengan redistribusi? Jelaskan
3. Apa yang dimaksud dengan zakat?
4. Jelaskan perbedaan antara infak, sedekah dan wakaf.
5. Jelaskan perbandingan antara *masalahah-oriented consumer* dengan *rational consumer* dalam aplikasi ZISWAF.
6. Jelaskan dan bandingkan dampak yang dihasilkan oleh *masalahah-oriented producer* dan *apathetic producer* terhadap distribusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyianti, L.D., dan Beik, I.S. (2021). *Perencanaan Keuangan Syariah CDIC (Charity, Debt, Investment, Consumption)*. Bogor : LPPM IPB.
- Beik, I.S. (2021). Optimalisasi Zakat dan Wakaf untuk Kemajuan Bangsa. Makalah dipresentasikan pada Seminar Nasional di Universitas Negeri Padang. 27 Oktober.
- Beik, I.S. dan Arsyianti, L.D. (2016). *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta : Raja-grafindo Persada.
- Haneef, M.A., dan Mohammed, M.O. (2009). *Module for Foundation of Islamic Economics*. Kuala Lumpur : International Islamic University Malaysia.
- Hasan, Z. (2006). *Introduction to Microeconomics An Islamic Perspective*. Kuala Lumpur : Pearson Education.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2020). Official News No 02/ON/01/2020 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penghitungan Zakat Profesi.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2021). *Kajian Zakat Perusahaan Publik Indonesia 2021*. Jakarta : Puskas BAZNAS.

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB 11:

UPAYA MENUJU TIPOLOGI *MASLAHAH-ORIENTED ECONOMIC MAN*

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan hal-hal berikut ini :

- a. Identifikasi kelemahan tipologi selain *masalahah-oriented economic man*
- b. Menjelaskan langkah-langkah perbaikan menuju *masalahah-oriented economic man*

11.1. Identifikasi Kelemahan

Tidak dapat dipungkiri bahwa kondisi yang ideal untuk beroperasinya perekonomian adalah keberadaan *masalahah-oriented economic man* baik pada sisi konsumsi maupun sisi produksi. Termasuk pula kegiatan distribusi akan berjalan dengan lancar ketika pelaku ekonomi, baik konsumen maupun produsen, adalah *masalahah-oriented economic man*.

Ketidakseimbangan pada sisi produksi, konsumsi, dan distribusi, yang berimbas pada tidak berjalannya mekanisme pasar, sesungguhnya terjadi sebagai akibat tidak semua pelaku ekonomi memiliki karakteristik sebagai *masalahah-oriented economic man*. Untuk itu, diperlukan adanya berbagai langkah agar secara bertahap ada proses transformasi dari ketiga tipologi lainnya menuju tipologi *masalahah-oriented economic man*. Sebagai langkah awal, sebagaimana yang dijelaskan pada Tabel 11.1., terlebih dahulu diidentifikasi kelemahan-kelemahan yang terdapat pada tiga tipologi selain *masalahah-oriented economic man*.

Tabel 11.1. Identifikasi Kelemahan Tiga Tipologi

No	Tipologi	Identifikasi Kelemahan
1	<i>Conventional economic man</i>	- Kekeliruan cara pandang kehidupan akherat - Lemahnya orientasi menebar manfaat untuk pihak lain - Mendorong penguatan individualisme, baik pada sisi konsumsi maupun produksi
2	<i>Ascetic economic man</i>	- Kekeliruan cara pandang kehidupan dunia - Lemahnya komitmen untuk memperkuat produktivitas, sehingga produktivitas ekonomi tidak berada pada kondisi optimal - Perilaku konsumsi yang seadanya akan membuat konsumsi tidak cukup kuat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi

3	<i>Apathetic economic man</i>	- Kekeliruan cara pandang kehidupan dunia dan akherat - Lemahnya komitmen produktivitas yang berakibat pada tidak optimalnya produktivitas ekonomi - Konsumsi juga akan berada pada tingkat yang sangat minimalis, sehingga konsumsi tidak mampu mendorong pertumbuhan ekonomi - Memiliki tingkat ketergantungan yang sangat tinggi pada orang lain, sehingga akan mengakibatkan hilangnya <i>izzah</i> seseorang
----------	-------------------------------	--

Tujuan identifikasi ini adalah untuk memastikan diagnosa yang tepat mengenai kelemahan-kelemahan dari setiap tipologi yang ada. Diagnosa ini nantinya akan membantu langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. Pada tipologi *conventional economic man*, terdapat kekeliruan cara pandang terhadap kehidupan akhirat, dimana akhirat tidak menjadi konideran sama sekali bagi tipologi ini dalam menjalankan kegiatan konsumsi, produksi dan distribusi. Akhirat menjadi sesuatu yang dianggap ringan, dan bahkan, pada beberapa manusia, dianggap tidak ada.

Kemudian yang kedua, kelemahannya terletak pada pemahaman yang kurang terkait dengan upaya memberikan manfaat pada pihak lain. Orientasi pada *self interest*-nya begitu kuat. Paradigma *self-centered consumption, production and distribution* telah memengaruhi perilaku ekonomi yang ada. Selain itu, kelemahan ketiga adalah adanya dorongan penguatan pada perilaku konsumsi dan produksi yang cenderung bersifat individualistis.

Individualisme konsumsi dan produksi ini mengakibatkan sejumlah implikasi, yaitu antara lain : (i) tidak adanya distribusi ekonomi di antara para pelaku ekonomi karena fokus konsumsi adalah pada diri sendiri; dan (ii) tidak akan berkembangnya skema *co-operative production*, yaitu skema yang menekankan pentingnya berkolaborasi dalam proses produksi diantara para pelaku usaha. Pada era seperti saat ini, kolaborasi sesungguhnya merupakan hal yang sangat penting, namun ketika individualisme mendominasi cara pandang para produsen, maka setiap produsen akan memandang produsen lainnya sebagai pesaing yang harus dikalahkan. Kompetisi yang muncul adalah kompetisi yang cenderung saling mengalahkan antara satu dengan lainnya, sehingga ruang-ruang kolaborasi menjadi sangat terbatas.

Box 1. Strategi *Predatory Pricing*

Tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Antara satu pebisnis dengan pebisnis lainnya bahkan tidak sungkan-sungkan untuk melakukan berbagai hal agar bisa menguasai pasar dan melemahkan pesaingnya. Salah satu strategi yang kerap digunakan adalah *predatory pricing strategy*, yaitu strategi perang harga dengan cara menurunkan harga jual di tingkat konsumen hingga berada

di bawah harga modal, sehingga konsumen akan membeli produknya dan meninggalkan produk pesaing. Tujuannya agar pangsa pasar perusahaannya semakin membesar sehingga ia bisa mengendalikan pasar.

Jadi kalau ada perang harga besar-besaran di antara dua perusahaan, atau diantara dua platform *e-commerce* misalnya, maka hal tersebut boleh jadi merupakan bagian dari *predatory pricing strategy* yang mereka lakukan. Perusahaan yang memiliki modal yang lebih besar dan lebih kuat, diperkirakan akan dapat memenangkan pertarungan perang harga, dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki modal yang lebih sedikit. Perusahaan yang memenangkan perang harga ini, selanjutnya akan memonopoli pasar yang pada akhirnya akan mengenakan harga kepada konsumen sesuai dengan keinginannya. Ia bisa dengan seenaknya menaikkan harga sesuai dengan kehendaknya.

Di dunia nyata, praktek *predatory pricing* lazim ditemui. Pernah terjadi ketika dua platform digital saling bersaing dalam merebut pangsa pasar konsumen dengan cara saling “membakar uang”. Namun akhirnya keduanya malah merugi. Demikian pula dengan praktek perang harga tiket murah pada industri penerbangan yang akhirnya merugikan industri secara keseluruhan. Beruntung pemerintah melakukan intervensi dengan menerapkan kebijakan batas bawah harga tiket sehingga industri ini bisa terus beroperasi melayani masyarakat.

Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa praktik *predatory pricing* merupakan praktek yang bersumber dari keserakahan manusia yang ingin menguasai pasar dengan segala macam cara, sehingga tidak lagi memperhatikan aspek kemaslahatan bersama.

Pertanyaan untuk diskusi : Berikan contoh-contoh kasus *predatory pricing* yang akhirnya merugikan masyarakat. Diskusikan penyebabnya dan jalan keluar penyelesaiannya.

Box 2. Kolaborasi Bank Umum Syariah (BUS) dan BPRS

Salah satu tantangan dalam pengembangan perbankan syariah di tengah masyarakat adalah bagaimana mengembangkan layanan keuangan syariah yang bisa memfasilitasi kebutuhan masyarakat, baik pada sisi tabungan maupun pada sisi pembiayaan. Di antara tantangannya adalah, mampukah perbankan syariah melakukan penetrasi hingga masuk ke berbagai wilayah pelosok yang sangat sulit untuk dijangkau.

Sementara di sisi lain, perbankan syariah ini dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). BUS adalah bank umum yang secara penuh menjalankan praktek perbankan syariah (full-pledge) sementara UUS adalah unit khusus pada bank konvensional yang menjalankan praktek perbankan syariah. Adapun BPRS adalah bank yang men-

jalankan praktek perbankan syariah namun tidak melaksanakan kegiatan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dari sisi modal inti, BUS paling sedikit adalah sebesar Rp 1 triliun sementara BPRS minimal Rp 6 miliar. Dibandingkan dengan BUS, maka BPRS lebih banyak beroperasi di wilayah-wilayah pedesaan di tanah air.

Suatu waktu, Bupati Kabupaten X ingin mengembangkan Desa Z yang berada di kecamatan Y. Ia melihat besarnya potensi pengembangan agrowisata beserta produk merchandise yang bisa dikembangkan di Desa Z. Sang Bupati ingin mengajak keterlibatan perbankan syariah untuk membantu permodalan masyarakat. Setelah dianalisis, di Kabupaten X ternyata hanya ada satu bank umum syariah yaitu Bank A, dan ada 1 BPRS yaitu BPRS B yang beroperasi di wilayah Kecamatan M dan Kecamatan N, yang bertetangga dengan Kecamatan Y. Setelah berdiskusi dengan Bank A dan BPRS B, ternyata Bank A membutuhkan biaya operasional yang cukup besar untuk masuk ke Desa Z, sementara BPRS B memiliki keterbatasan dalam hal besaran pembiayaan yang dapat disalurkan ke Desa Z, meski secara operasional BPRS B masih bisa meng-covernya.

Jika Bank A dan BPRS B didorong untuk masing-masing bersaing secara bebas dalam menjangkau wilayah Desa Z, maka tentu saja tidak akan berjalan dengan baik, karena masing-masing bank memiliki kendala sendiri. Untuk itu, Bupati Kabupaten X mendorong adanya kolaborasi antara Bank A dan BPRS B agar pengembangan ekonomi Desa Z bisa dilakukan dengan baik.

Akhirnya setelah berdiskusi dengan intensif, disepakati untuk melakukan kerjasama antara Bank A dengan BPRS B melalui skema line financing, dimana Bank A akan menyalurkan dana kepada BPRS B untuk disalurkan kepada nasabah pembiayaan di Desa Z. BPRS B yang akan terjun langsung ke nasabah di Desa Z, untuk menyalurkan pembiayaan sesuai ketentuan yang berlaku, termasuk melakukan penagihan. Adapun keuntungan yang diperoleh dari pembiayaan tersebut, dapat dibagihasilkan antara Bank A dan BPRS B sesuai dengan kesepakatan diantara mereka.

Dengan adanya kolaborasi ini, maka masyarakat bisa teredukasi mengenai perbankan syariah, dan perbankan syariah dapat memberikan layanan keuangan yang mampu mengembangkan perekonomian desa. Kolaborasi ini hanya akan terjadi ketika semua Bank A dan BPRS B sama-sama berpikir dan bertindak sebagai *maslahah-oriented bank*.

Selanjutnya, pada tipologi *ascetic economic man*, terdapat tiga kekeliruan fundamental yang dapat diidentifikasi. *Pertama*, cara pandang terhadap kehidupan dunia. Bahwa betul kehidupan dunia ini hanyalah bersifat sementara, dan dunia adalah tempat bersenda gurau. Namun demikian, hal tersebut tidak berarti seseorang harus melupakan dan meninggalkan dunia, dalam arti sama sekali menjauhi dunia dan menggantinya dengan aktivitas ibadah.

Dengan konsepsi ini akhirnya yang muncul adalah betul-betul sikap hidup meninggalkan dunia, tidak mau memproduksi barang dan jasa kecuali seperlunya dalam kondisi

yang sangat terbatas, tidak mau bekerja menghasilkan uang, dan pada akhirnya menyerahkan urusan dunia pada orang lain, yang orang lain tersebut belum tentu memiliki komitmen dan keberpihakan pada kebaikan. Bahkan pemahaman ibadahnya pun juga bisa keliru, karena menganggap bahwa hubungan manusia (*hablum minannaas*) dalam konteks pengembangan kegiatan ekonomi, adalah bukan bagian dari ibadah. Padahal, harusnya hal tersebut juga merupakan bagian dari ibadah yang dilakukannya.

Kekeliruan *kedua* dari *ascetic economic man* adalah lemahnya komitmen untuk memperkuat produktivitas. Seolah-olah, mengembangkan produktivitas perusahaan dan mendorong penguatan permintaan atas produk halal bukan merupakan bagian dari ajaran agama sehingga harus ditinggalkan. Cara pandang seperti ini akhirnya membuat perekonomian dapat dikendalikan oleh *conventional economic man*, sebagaimana yang terjadi secara global saat ini.

Kelemahan *ketiga* adalah konsumsi yang dilakukan oleh *ascetic economic man* akan terbatas pada hal yang sifatnya subsisten. Adapun konsumsi barang dan jasa yang bisa mendorong kehidupan yang lebih baik, relatif tidak dilakukan. Seorang *ascetic economic man* hanya akan mengkonsumsi makanan agar ia bisa bertahan hidup, dan tidak melakukan pembelian laptop dan komputer karena merasa bahwa kedua barang tersebut tidak diperlukannya. Padahal laptop dan komputer dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan belajar dan pengembangan keilmuan seseorang.

Dengan konsepsi ini, maka baik produksi maupun konsumsi yang dilakukannya, tidak memberikan dampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Produksi dan konsumsi yang dilakukan tidak memberikan kemaslahatan yang optimal bagi masyarakat.

Box 3. Teguran Khalifah Umar bin Khattab RA

Siapa yang tidak kenal dengan Umar bin Khattab RA? Beliau adalah salah seorang sahabat utama Rasulullah SAW dan khalifah pengganti Abu Bakar Ash-Shiddiq RA. Beliau adalah orang yang sangat zuhud, namun demikian sikap zuhud tidak menghentikannya untuk bekerja keras.

Suatu hari, Umar mendatangi salah seorang sahabat, yaitu Abu Hurairah RA, yang juga merupakan salah seorang sahabat utama yang paling banyak meriwayatkan hadits-hadits Rasulullah SAW. Umar bertanya pada Abu Hurairah, "Apakah engkau tidak bekerja?" Abu Hurairah menjawab, "Aku tidak mau bekerja." Umar lalu berkata, "Ada orang yang melamar pekerjaan, orangnya jauh lebih baik darimu, namanya Nabi Yusuf AS." Lalu Umar pun menyitir QS Yusuf (12) ayat 55.

Kemudian di kesempatan yang lain, Khalifah Umar bin Khattab RA sedang melakukan kunjungan kerja untuk melihat kondisi rakyatnya. Ini adalah salah satu kebiasaan yang dilakukan Umar sebagai khalifah. Ia pun melewati satu masjid dan ia menemukan ada sekelompok pemuda yang tengah khusyuk dalam beribadah. Khali-

fah Umar pun masuk ke dalam masjid sambil bertanya kepada para pemuda tersebut, "Siapa kalian?"

Salah seorang dari pemuda tersebut kemudian menjawab, "Kami adalah sekelompok anak muda yang bertawakkal (berserah diri) kepada Allah. Sepanjang hari kami habiskan waktu untuk berzikir, berdoa dan melakukan shalat sunnah." Mendengar jawaban pemuda tersebut, Khalifah Umar kemudian berkata, "Hai anak muda, keluarlah dari masjid dan bekerjalah. Jangan kalian berbohong. Allah SWT tidak akan menurunkan hujan emas dari langit."

Mendengar hal tersebut, para pemuda tersebut sangat terkejut. Alih-alih mendapatkan pujian sang khalifah, justru yang mereka dapatkan adalah nasehat yang sangat keras agar mereka keluar untuk bekerja. Kemudian salah seorang diantara mereka menjawab Umar, "Wahai Amirul Mukminin, bukankah Allah memberi kecukupan kepada orang yang berserah diri dan Dia pulalah yang berjanji untuk memberikan jaminan rezeki kepada makhluknya?"

Umar lalu menjelaskan, "Kalian bukan tipe orang yang berserah diri kepada Allah. Orang yang berserah diri kepada Allah adalah orang yang rajin bekerja untuk menggalikan potensi alam dengan tan tanpa meninggalkan doa kepada-Nya". Umar pun melanjutkan, "Hai umat manusia carilah rizki di muka bumi, jangan kalian menjadi beban orang lain. Bekerjalah secara baik dan benar, karena bekerja dengan seperti itu banyak dibutuhkan. Bila diantara kalian yang pandai berdagang, maka jadilah pedagang yang handal. Janganlah ada diantara kalian orang yang duduk bermalasan sambil berdoa, "Ya Allah berikanlah aku rizki yang halal, yang banyak yang membawa berkah." Ingatlah Allah tidak akan menurunkan hujan emas dari langit. Allah memberikan rizki kepada umat manusia dengan disertai usaha, tidak datang begitu saja. Sesuai dengan usahanyalah seseorang akan memperoleh rizki." Demikian penjelasan Umar bin Khattab RA.

Khalifah Umar pun kemudian menyitir salah satu hadits Rasulullah SAW ketika ditanya oleh seorang sahabat. "Ya Rasulullah amal manakah yang terbaik?" jawab beliau, "Bekerjalah dengan tangannya sendiri." Dengan penjelasan ini, Umar bin Khattab RA ingin menyampaikan pesan kepada para pemuda tersebut untuk bekerja dengan tangan mereka sendiri. Jangan sampai menjadikan ibadah sebagai alasan untuk tidak mau bekerja.

Kisah di atas adalah sebagaimana yang dikutip dari buku Umar bin Khattab Sang Legenda karya Yahya bin Yazid Al-Hukmi Al-Faifi.

Tipologi yang paling berat kondisinya adalah *apathetic economic man*, di mana tipologi ini memiliki kelemahan mendasar yaitu kekeliruannya dalam memandang kehidupan dunia dan akhirat. Tidak ada motivasi yang kuat dalam menjalankan kehidupan di dunia, apalagi untuk mencapai akhirat. Tipologi ini merasa cukup berada pada level subsisten dalam pemenuhan kebutuhan dasarnya, maupun dalam hal pengembangan kegiatan produksi ekonominya.

Selain itu, pada tipologi ini tidak ada sama sekali komitmen untuk meningkatkan produktivitas ekonomi. Tidak ada dorongan untuk terlibat dalam kegiatan memproduksi barang dan jasa. Demikian pula dalam hal konsumsi, dimana konsumsi untuk hal yang sifatnya subsisten memiliki dampak yang kurang kuat dalam menumbuhkan perekonomian.

Yang paling mengkhawatirkan adalah bahwa pada *apathetic economic man*, tidak adanya perasaan malu jika menjadi beban orang lain. Kebergantungan akan pemenuhan kebutuhan hidup atas belas kasih pihak lain dianggap sebagai sesuatu yang biasa. Padahal perilaku senang memberatkan hidup orang lain, dan senang meminta-minta pada orang lain, merupakan hal yang sangat ditentang oleh ajaran Islam. Tidak boleh orang menjadi miskin akibat kemalasan dan keengganan untuk berbuat yang terbaik.

Box 4. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan

Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Sulawesi Selatan mengeluarkan Fatwa No 01 Tahun 2021 tentang Eksploitasi dan Kegiatan Mengemis di Jalanan dan Ruang Publik pada Oktober 2021 lalu. Dalam fatwa tersebut, terdapat sejumlah keputusan utama yang dihasilkan, yaitu : (1) haram untuk mengeksploitasi orang untuk meminta-minta; (2) bagi pemberi, haram memberi kepada peminta-minta di jalanan dan di ruang publik, karena mendukung pihak yang mengeksploitasi pengemis serta tidak mendidik karakter yang baik; 3) bagi para pengemis, hukumnya haram jika yang bersangkutan mengemis padahal memiliki fisik yang utuh dan sehat serta karena faktor malas bekerja. Juga makruh apabila yang bersangkutan mengemis di jalanan/tempat publik yang dapat membahayakan dirinya; dan (4) wajib bagi pemerintah untuk men-yantuni, memelihara, dan membina kelompok pengemis ini dengan sebaik-baiknya.

Jika dilihat secara mendalam, fatwa yang dikeluarkan oleh MUI Sulsel ini pada dasarnya merupakan tindakan yang bersifat preventif, dimana orang dilarang untuk memasuki wilayah meminta-minta yang diorganisir oleh pihak-pihak tertentu. Kegiatan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan ajaran Islam, karena itu tindakan tersebut perlu dicegah oleh pemerintah. Tentu pemerintah sebaiknya juga berkolaborasi dengan lembaga zakat dan lembaga sosial keummatan, agar penanganan para pengemis jalanan ini bisa dilakukan dengan baik, melalui program-program yang efektif dan tepat sasaran.

Program-program yang dilaksanakan ini harus mampu mengubah mentalitas dan mindset para pengemis, bahwa mereka perlu berupaya untuk mengoptimalkan potensi yang ada pada dirinya, agar mereka bisa mencari sumber penghidupan yang lebih layak. Selain itu, juga perlu diberikan berbagai pelatihan yang mampu menggali dan mengoptimalkan potensi yang mereka miliki.

Pertanyaan untuk diskusi : Bagaimana langkah dan aksi program yang harus dilakukan oleh pemerintah bersama lembaga zakat dalam menangani para pengemis jalanan ini?

11.2. Langkah Menuju *Maslahah-Oriented Economic Man*

Setelah mengidentifikasi berbagai kelemahan fundamental yang ada, maka berikutnya yang diperlukan adalah langkah-langkah untuk mengubah tipologi yang ada menuju tipologi *maslahah-oriented economic man*. Langkah-langkah tersebut sebagaimana terangkum dalam Tabel 11.2.

Tabel 11.2. Langkah Perbaikan Tiga Tipologi

No	Tipologi	Langkah Perbaikan
1	<i>Conventional economic man</i>	- Memperkuat orientasi akherat - Memperkuat paradigma menebar manfaat bagi pihak lain - Memperkuat filosofi bahwa <i>maslahah-oriented</i> bukanlah beban
2	<i>Ascetic economic man</i>	- Memperbaiki cara pandang kehidupan dunia - Memperkuat semangat produktivitas ekonomi sebagai bagian dari ajaran agama, termasuk konsumsi yang berkualitas - Penguatan paradigma bahwa memberikan kemaslahatan yang lebih besar lebih disukai dalam Islam
3	<i>Apathetic economic man</i>	- Memperbaiki cara pandang kehidupan dunia dan akherat - Meningkatkan produktivitas - Meyakini bahwa paradigma senang bergantung pada orang lain adalah kekeliruan yang sangat substansial

Pada *conventional economic man* ada tiga upaya perbaikan yang dapat dilakukan. *Pertama*, memperkuat orientasi akhirat. Ini adalah hal yang sangat penting, karena terbangunnya kesadaran akan akhirat akan membawa perubahan paradigma, dari murni duniawi, menjadi kombinasi duniawi ukhrawi. Kesadaran akan akhirat akan membawa perubahan fundamental pada cara pandang dan cara berpikir dalam berekonomi. Ia akan menjadi lebih berhati-hati dalam melaksanakan kegiatan konsumsi, produksi dan distribusinya.

Kedua, perlunya penguatan paradigma *maslahah*, terutama dalam hal penebaran manfaat bagi pihak lain. Perlu didorong dan diperkuat aspek pentingnya untuk senantiasa menebar manfaat. Bahwa menebar manfaat akan memberikan konsekuensi positif pada kehidupan dan kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Karena itu, internalisasi nilai-nilai untuk senantiasa menebar manfaat harus diperkuat, dan *self-oriented consumption and production* hanya akan melahirkan beragam persoalan ekonomi dan sosial yang semakin berat.

Ketiga, yang juga tidak kalah penting adalah mengubah cara pandang terhadap konsep *masalah-oriented*, dari beban menjadi kebutuhan. Mengubah dari beban menjadi kebutuhan, akan mengubah perilaku ekonomi yang ada. Pada sisi konsumsi, ketika berbagi barang kepada orang lain dianggap bukan beban, dan malah jadi kebutuhan, maka ia akan dengan senang hati melakukan aktivitas berbagi tanpa harus terbebani secara psikologis dan secara material. Ia pun tidak akan merasa sulit untuk senantiasa memperhatikan keseimbangan ekologis dalam melakukan kegiatan konsumsi barang dan jasa. Ia akan menghindari konsumsi barang dan jasa yang menyebabkan kerusakan lingkungan.

Pada sisi produksi, ketika konsep *masalah-oriented* berubah dari beban menjadi kebutuhan, maka hal tersebut tidak akan membebani biaya produksi yang harus dikeluarkannya. Sebaliknya, ia akan secara inovatif dan kreatif, mencari cara memproduksi yang lebih ramah lingkungan dan mampu menghasilkan proses produksi yang memperhatikan keseimbangan ekonomis dan ekologis.

Box 5. Perusahaan Ramah Lingkungan dan Menguntungkan

Saat ini tren perusahaan ramah lingkungan terus berkembang dari waktu ke waktu. Kesadaran para produsen untuk memperhatikan aspek keberlanjutan pembangunan dan dampak ekologis atas proses produksi yang dilakukan, terus mengalami peningkatan yang cukup baik. Termasuk diantaranya adalah perusahaan multinasional yang bergerak pada penjualan perabot rumah tangga, yaitu Perusahaan X.

Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan X ini telah mendeklarasikan diri sebagai perusahaan yang ramah lingkungan, dimana keseluruhan proses produksinya, hingga penjualannya dilakukan dengan memenuhi kaidah keseimbangan lingkungan. Perusahaan X ini dalam prakteknya melakukan tiga hal utama dalam memastikan bahwa apa yang dilakukannya tidak menimbulkan ancaman kerusakan bagi lingkungan.

Pertama, perusahaan X memastikan penggunaan material yang ramah lingkungan pada setiap produk yang dihasilkannya. Saat ini perusahaan tersebut menggunakan 60 persen material yang berasal dari sumber daya terbarukan (*renewable resources*) dan 10 persen dari bahan daur ulang. Sebagai contoh, perusahaan X menggunakan botol plastik daur ulang untuk membuat pintu kabinet, serat pisang untuk bantal duduk, dan kayu daur ulang dan plastik daur ulang untuk membuat kursi putar.

Kedua, dalam hal pelayanan konsumen di jaringan toko yang dimilikinya, perusahaan X juga mengembangkan konsep pelayanan ramah lingkungan. Hal tersebut bisa dilihat dari upaya perusahaan X dalam mengaplikasikan konsep berkelanjutan dalam layanan toko dan operasionalnya, seperti mengurangi secara aktif pemakaian plastik, penggunaan lampu hemat energi, dan menggunakan bahan pembungkus yang berasal dari kertas untuk melakukan pengiriman barang. Terkait layanan makanannya, perusahaan X inipun telah menggunakan teknologi *waste-watcher* untuk mengukur dan merekam limbah pangan yang dihasilkan setiap harinya.

Ketiga, melakukan kegiatan dan program yang berdampak positif bagi lingkungan dan komunitas. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk melibatkan peran aktif masyarakat dan juga komunitas-komunitas untuk membangun kesadaran lingkungan berkelanjutan yang lebih baik. Termasuk menggunakan dana CSR yang dimilikinya untuk melakukan berbagai program sosial ekonomi yang ramah lingkungan.

Yang menarik, ternyata konsep *green company* ini ternyata juga memberikan dampak keuntungan bisnis yang luar biasa. Perusahaan X mencatatkan laba secara global sebesar 41,9 milyar Euro atau 674,4 triliun rupiah pada tahun 2021. Angka profit ini naik sebesar 5,8 persen dibandingkan dengan tahun 2020.

Ternyata, berperilaku yang mengarah pada masalah-oriented producer, yang dicirikan antara lain pada komitmen menjaga lingkungan, tidak otomatis membuat perusahaan merugi. Justru sebaliknya, dengan dukungan inovasi yang dilakukan, perusahaan yang ramah lingkungan ini justru mampu meraih peningkatan laba.

Adapun pada *ascetic economic man*, juga terdapat minimal tiga hal yang dapat dilakukan agar tipologi ini bisa berubah menuju tipologi *masalah-oriented economic man*. Pertama, perbaiki cara pandang kehidupan dunia. Harus diyakinkan bahwa performa di akhirat sangat bergantung pada performa di dunia. Kinerja di akhirat sangat bergantung dengan kinerja di dunia, dan kinerja di dunia ini termasuk dalam semua lini kegiatan, yang diantaranya adalah kegiatan produksi dan konsumsi.

Kedua, perlunya dorongan dan motivasi untuk menjadi lebih produktif dalam mengembangkan kegiatan perekonomian, dan hal ini merupakan bagian dari ajaran agama yang tidak terpisahkan. Jadi ketika dikatakan bahwa kegiatan ekonomi merupakan hal yang tidak sesuai ajaran agama, maka hal tersebut tidak benar. Ini dikarenakan komprehensifitas ajaran Islam yang mencakup semua sektor dalam kehidupan, dimana ekonomi merupakan salah satunya. *Ketiga*, perlunya penguatan paradigma bahwa memberikan kemaslahatan yang lebih besar, jauh lebih disukai dalam ajaran Islam. Karena itu, tidak ada alasan bagi *ascetic economic man* untuk tidak berupaya meningkatkan kemaslahatan melalui keterlibatan lebih dalam pada kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.

Box 6. Para Nabi pun Bekerja

Salah satu hal penting dalam ajaran Islam, bahwa Allah SWT memerintahkan seluruh hamba-Nya untuk bekerja. Kata 'amal beserta seluruh variasinya, seperti "a'milu, 'amala, ta'maluun, ya'maluun," dan sebagainya, terdapat sebanyak 602 kali dalam Al-Quran. Ini menunjukkan pentingnya untuk bekerja dalam memenuhi kebutuhan hidup. Bahkan para Nabi pun, mereka bekerja sesuai dengan profesinya masing-masing.

Rasulullah SAW bersabda, "Nabi Daud adalah tukang besi pembuat senjata, Nabi Adam adalah seorang petani, Nabi Nuh adalah seorang tukang kayu, Nabi Idris adalah

seorang penjahit, dan Nabi Musa adalah penggembala” (HR Al Hakim). Jadi dari hadits ini dapat diketahui bahwa para Nabi juga memiliki aktivitas usahanya masing-masing. Para Nabi mengembangkan berbagai usaha yang bersifat lintas sektoral sesuai dengan keahlian dan kapasitasnya masing-masing. Pendeknya, tidak ada satu Nabi pun yang malas dan tidak mau bekerja atau berusaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Rasulullah SAW pun telah memberikan motivasi yang kuat kepada umatnya untuk mau bekerja keras mengembangkan berbagai macam sektor usaha sesuai kemampuannya masing-masing. Hal tersebut antara lain sebagaimana tergambar dalam hadits-hadits beliau yang antara lain sebagai berikut :

“Tidak ada satu makanan pun yang dimakan seseorang itu lebih baik daripada makanan hasil usaha sendiri.” (HR Bukhari)

“Barangsiapa di malam hari merasakan kelelahan dari upaya keterampilan kedua tangannya di siang hari maka dia diampuni dosanya (oleh Allah).” (HR Thabrani)

“Tidak ada seorang laki-laki yang menanam tanaman (bekerja) kecuali Allah mencatat baginya pahala (sebesar) apa yang keluar dari tanaman tersebut.” (HR Abu Dawud dan Hakim)

Sebaliknya, menganggur dan bermalas-malasan sangat dibenci oleh ajaran Islam. Tidak ada kamus bermalas-malasan dalam Islam. Bahkan di masa Rasulullah SAW, beliau mengembangkan beragam/berbagai industri dalam menopang perekonomian Madinah. Menurut Abul Hasan bin Mas’ud Al-Khuza’i Al-Andalusi (ulama abad 14 masehi dari *Tilmizan*, Andalusia) jumlah industri barang dan jasa yang dikembangkan Rasulullah SAW mencapai angka 178 buah industri.

Sedangkan untuk *apathetic economic man*, tiga langkah perbaikan yang diperlukan antara lain, *pertama*, perlunya cara pandang terhadap kehidupan dunia dan akhirat yang lebih baik. Kehidupan dunia dan akhirat keduanya merupakan hal yang sangat penting dan menentukan kualitas hidup yang akan dinikmati. Pengabaian keduanya hanya akan mengakibatkan kesengsaraan berkelanjutan, baik di dunia maupun di akhirat. Bahkan di akhirat kesengsaraan tersebut bersifat abadi. *Kedua*, perlunya motivasi dan stimulus untuk meningkatkan produktivitas melalui penguatan mentalitas. Ini sangat penting agar *apathetic economic man* dapat menyadari kelemahan dan perubahan yang diharapkan. *Ketiga*, perlunya perubahan pada cara pandang terhadap bantuan orang lain, bahwa senang terhadap sikap mental untuk selalu dibantu orang lain, merupakan sikap mental yang keliru. Rasulullah SAW dan para sahabat adalah orang-orang yang memiliki etos kerja yang tinggi dan menjauhi sikap mental suka meminta-minta. Bahkan Rasulullah SAW pernah mencium tangan seorang pemuda yang suka bekerja keras.

Langkah-langkah perubahan ini perlu dilakukan dalam rangka transformasi ketiga tipologi yang ada menuju *maslahah-oriented economic man*. Transformasi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas kegiatan perekonomian, baik pada sisi konsumsi, produksi, maupun distribusi.

Kesimpulan

Bab ini membahas mengenai upaya menuju tipologi *masalahah-oriented economic man* yang merupakan bentuk paling ideal pelaku ekonomi dalam ekonomi mikro Islam. Pembahasan dimulai dengan mengkaji kelemahan yang terdapat pada 3 (tiga) tipologi manusia lainnya seperti *conventional economic man*, *ascetic man*, dan *apathetic man*. Setelah mengidentifikasi kelemahan yang terdapat tiga tipe manusia lainnya, maka selanjutnya didiskusikan langkah-langkah menuju *masalahah-oriented economic man*. Pembahasan pada bab ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bagaimana 3 (tiga) tipologi manusia lainnya bertransformasi menjadi *masalahah-oriented economic man*.

Rangkuman

1. Perekonomian akan beroperasi secara ideal ketika yang mendominasi sisi permintaan dan penawaran adalah *masalahah-oriented economic man*.
2. Identifikasi kelemahan pada tipologi selain *masalahah-oriented economic man* perlu dilakukan, untuk kemudian dicarikan jalan keluar atas setiap tipologi yang ada, agar bisa bertransformasi menjadi tipologi *masalahah-oriented economic man*.
3. Pada *conventional economic man*, perlu dilakukan sejumlah perbaikan yaitu :
 - a. Memperkuat orientasi akhirat
 - b. Memperkuat paradigma menebar manfaat bagi pihak lain
 - c. Memperkuat filosofi bahwa masalahah-oriented bukanlah beban
4. Pada *ascetic economic man*, perlu dilakukan sejumlah langkah perbaikan yaitu :
 - a. Memperbaiki cara pandang kehidupan dunia
 - b. Memperkuat semangat produktivitas ekonomi sebagai bagian dari ajaran agama, termasuk konsumsi yang berkualitas
 - c. Penguatan paradigma bahwa memberikan kemaslahatan yang lebih besar lebih disukai dalam Islam
5. Pada *apathetic economic man*, perlu dilakukan langkah perbaikan sebagai berikut :
 - a. Memperbaiki cara pandang kehidupan dunia dan akhirat
 - b. Meningkatkan produktivitas
 - c. Meyakini bahwa paradigma senang bergantung pada orang lain adalah kekeliruan yang sangat substansial

Pertanyaan

1. Jelaskan kelemahan *ascetic economic man* dan *apathetic economic man*.
2. Jelaskan upaya perbaikan *conventional economic man* agar dapat bertransformasi menjadi *masalahah-oriented economic man*.
3. Bagaimana cara mengubah paradigma *apathetic economic man* terhadap kehidupan dunia dan akhirat? Jelaskan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Faifi, Yahya bin Yazid Al-Hukmi. (2012). *Umar bin Khattab Sang Legenda*. Penerbit: Medhatama Resyfan.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan No 01 Tahun 2021 tentang Eksploitasi dan Kegiatan Mengemis di Jalanan dan Ruang Publik.

FGD. (2021). Diskusi Mikro Ekonomi Islam. Dilaksanakan pada tanggal 30 November secara online.

Karim, A.A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Halaman ini sengaja dikosongkan

