

# PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DALAM ISLAM

Novita Lidyana<sup>1</sup>

*Abstract: The market is a meeting place for buyers and sellers to make buying and selling of goods or services. According to economics, the market is not the place associated with its activities. Characteristic of a market is the existence of a transaction or activity of buying and selling. Perfect competition (perfectly competitive market) is a market where there are many buyers and sellers so that the effect of each of the market prices can be ignored because so small*

*Islam, Muslims were encouraged to try anything as long as the corridor of sharia, meaning that as long as that did not violate provisions in syariatkan Allah. Similarly, in terms of economic activity, all should be done as long as it does not violate the rules. The market mechanism is built in Islam based on the norms of Islamic teachings related to economic activity. The market mechanism is not a perfect thing or raw so that it is possible to fail in achieving economic objectives. This is where the intervention is needed so that the market mechanism run in accordance with the interests of the Islamic economy.*

**Keywords:** *Market, Perfect Competition, Islamic Market*

---

<sup>1</sup> Dosen Institut Ilmu Keislaman Zainul Hasan Genggong

## PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi<sup>2</sup>, pasar berkaitan dengan kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Stanton, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian.

Terciptanya sebuah pasar yang bersaing secara sempurna adalah impian setiap orang, karena dengan begitu keadilan antara produsen dan konsumen akan tercipta. Adam Smith<sup>3</sup> dalam bukunya yang berjudul *An Inquiry into The Nature and Causes of The Wealth of Nations* menyebutkan bahwa; semua rumah tangga dan perusahaan yang berinteraksi di pasar, seolah-olah dibimbing oleh suatu kekuatan atau tangan yang tidak nampak (*invisible hand*), sehingga interaksi pasar dapat mengarah pada hasil yang diinginkan.

Islam adalah agama yang universal, mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, baik yang bersifat ibadah maupun muamalah. Begitu pula ekonomi. Dalam Islam diatur bagaimana perilaku konsumen dan produsen dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Interaksi-interaksi mereka dalam pasar diatur agar tidak terjadi *market power* yang menguntungkan satu pihak. Dalam struktur pasar Islami, memang ada kebebasan dalam berekonomi, namun masih dibatasi dengan aturan-aturan tanpa mengabaikan prinsip tanggung jawab dan keadilan.

Adapun masalah yang akan penulis bahas lebih lanjut dalam tulisan ini adalah: a) Apa itu pasar persaingan sempurna dan karakteristiknya, b) Bagaimana pasar persaingan sempurna dalam Islam, dan c) Konsep manakah yang lebih baik antara konvensional dan Islam dalam pasar persaingan sempurna. Tulisan ini memakai metode kualitatif. Penulis

---

<sup>2</sup> Sadono Sukirno, Pengantar Teori Mikroekonomi, Rajawali Pers edisi ketiga

<sup>3</sup> Adiwarman karim, Ekonomi Mikro Islami, Raja Grafindo edisi ketiga 2007

melakukan review terhadap beberapa literatur yang berkaitan, yang kemudian penulis bandingkan dengan teori-teori yang penulis dapatkan.

## **PEMBAHASAN**

Perlu disadari bahwa bahwa istilah pasar selama bertahun-tahun telah berubah dan memperoleh banyak pengertian. Hal ini dibuktikan oleh beberapa ilmuwan Ekonomi yang memiliki pendapat masing-masing mengenai arti pasar. Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.<sup>4</sup>

Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.

Mekanisme pasar<sup>5</sup> adalah suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari kekuatan permintaan dan penawaran. Definisi mekanisme pasar yang lainnya yaitu kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan dari harga hingga pasar menjadi seimbang (jumlah yang penawaran sama dengan jumlah permintaan). Mekanisme pasar merupakan suatu sistem yang cukup efisien dalam mengalokasikan berbagai faktor produksi dan mengembangkan perekonomian, tetapi dalam keadaan tertentu dapat menimbulkan akibat yang buruk sehingga dibutuhkan campur tangan dari pemerintah untuk memperbaikinya.

Mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor produksi dengan cukup efisien dan juga dapat mendorong perkembangan dari ekonomi yang disebabkan karena dia mempunyai beberapa kebaikan, diantaranya seperti di bawah ini:

- Pasar dapat memberikan informasi yang sangat tepat.
- Pasar dapat memberi perangsang untuk mengembangkan kegiatan.
- Pasar dapat memberi perangsang untuk mendapatkan keahlian yang lebih modern.
- Pasar dapat menggalakan penggunaan barang dan juga faktor produksi secara efisien.
- Pasar dapat memberikan kebebasan yang cukup tinggi pada masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

---

<sup>4</sup> Adiwarman karim, Ekonomi Mikro Islami, Raja Grafindo edisi ketiga 2007

<sup>5</sup> Mark Skousen, Sang Maestro Teori-teori ekonomi Modern, Prenada 2005

## Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna (*penerima harga (price-taker)*). Barang dan jasa yang dijual di pasar ini bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan. Semua produk terlihat identik. Pembeli tidak dapat membedakan (*perfect competition*) adalah sebuah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk yang dijual bersifat homogen. Harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar ini tidak dapat memengaruhi harga dan hanya berperan sebagai peapakah suatu barang berasal dari produsen A, produsen B, atau produsen C? Oleh karena itu, promosi dengan iklan tidak akan memberikan pengaruh terhadap penjualan produk.

Dalam pasar persaingan sempurna jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan setiap perusahaan dianggap sedemikian kecilnya, sehingga tidak mampu mempengaruhi pasar. Beberapa karakteristik agar sebuah pasar dapat dikatakan pasar persaingan sempurna yaitu<sup>6</sup>:

1. Semua perusahaan memproduksi barang/produk yang homogen. Produk yang homogen adalah produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya.
2. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan atau informasi yang sempurna. Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual sehingga konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.
3. Output sebuah perusahaan relative kecil dibandingkan dengan output pasar. Jumlah output setiap perusahaan secara individu dianggap relative kecil dibandingkan dengan jumlah output seluruh perusahaan dalam industri.
4. Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar dengan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar karena perusahaan tidak mampu mempengaruhi harga pasar.
5. Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar, hal ini disebabkan oleh adanya faktor mobilitasnya tidak terbatas dan tak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan faktor produksi.

---

<sup>6</sup> Sadono Sukirno, Pengantar Teori Mikroekonomi, Rajawali Pers edisi ketiga

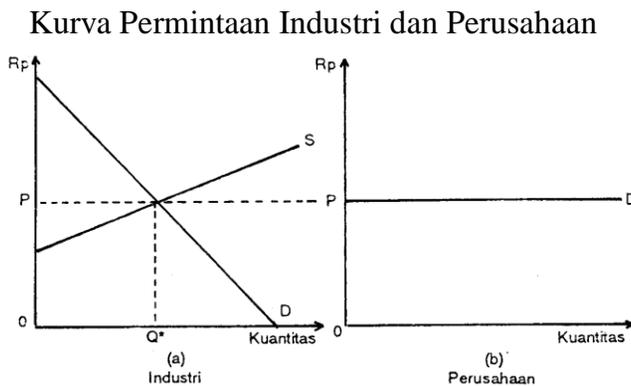
Dalam pasar persaingan sempurna terdapat beberapa kelebihan, diantaranya yaitu<sup>8</sup> :

1. Mampu mendorong efisiensi dalam produksi. Dengan jumlah produsen atau penjual yang banyak, maka produsen akan berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu barang yang dijualnya.
2. Tidak memerlukan iklan. Dengan sifat homogen di pasar persaingan sempurna, maka pemasangan iklan sama sekali tidak dibutuhkan karena jenis barang yang di perjual-belikan sama.
3. Pembeli dan penjual bebas bertindak. Produsen dan konsumen memiliki kebebasan dalam keluar masuk pasar. Bagi produsen yang memiliki modal untuk menjual produknya dapat memasuki pasar. Bagi produsen yang merasa rugi dapat segera keluar dari pasar. Dan konsumen memiliki kebebasan untuk membeli barang di pasar kapanpun.
4. Harga tidak ditentukan oleh satu penjual atau oleh satu pembeli. Harga di pasar persaingan sempurna ditentukan oleh hasil transaksi tawar-menawar di pasar.

## Permintaan dan Penerimaan dalam Pasar Persaingan Sempurna

### 1. Permintaan

Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Misalkan kita berbicara tentang pasar pakaian anak-anak, maka harga pakaian anak-anak ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran pakaian anak-anak, seperti digambarkan dalam kurva dibawah ini (kurva a)<sup>7</sup>.



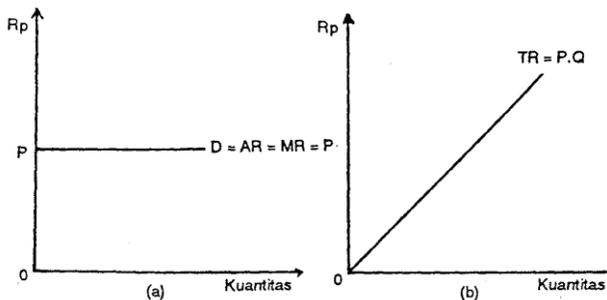
<sup>7</sup> Budiono. 1998. *Ekonomi Makro. Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.2. Edisi 4*. BPF. Yogyakarta

Perusahaan secara individu harus menerima harga tersebut sebagai harga jual. Karena jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah. Karena itu kurva permintaan yang dihadapi perusahaan secara individu berbentuk garis lurus horizontal (kurva b).

## 2. Penerimaan

Penerimaan total (*total revenue*) perusahaan sama dengan jumlah output ( $Q$ ) dikali harga jual ( $P$ ). Karena harga telah ditetapkan, penerimaan rata-rata (*average revenue*) dan penerimaan marjinal (*marginal revenue*) adalah sama dengan harga. Dengan demikian kurva permintaan ( $D$ ) sama dengan kurva penerimaan rata-rata ( $AR$ ) sama dengan kurva penerimaan marjinal ( $MR$ ) dan sama dengan harga ( $P$ ), seperti pada gambar.a dibawah ini.

Kurva Penerimaan: TR, AR, MR dalam PPS



Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik  $(0,0)$ , seperti ditunjukkan oleh gambar b.

## Mekanisme Pasar Dalam Pandangan Ekonomi Konvensional

- Adam Smith dalam the wealth of Nation<sup>8</sup>:  
 “Dengan cara mengarahkan produksi, hal ini dapat menggerakkan produksi yang mampu menghasilkan nilai yang paling besar, padahal

<sup>8</sup> Budiono. 1998. *Ekonomi Makro. Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.2. Edisi 4*. BPFE. Yogyakarta

dia hanya meniatkannya untuk keuntungan dirinya sendiri, dan yang demikian,, digerakkan oleh tangan yang tak kentara yang mengarahkannya kepada batas yang tidak ia kehendaki.” Secara singkat Smith mengungkapkan bahwa walaupun setiap orang mengerjakan sesuatu didasarkan kepada kepentingan pribadi, tetapi hasilnya akan lebih efektif dan selaras dengan tujuan masyarakat. Dampak aktivitas setiap individu dalam mengejar kepentingannya masing masing terhadap kemajuan masyarakat, justru lebih baik dibanding dengan tiap orang berusaha untuk memajukan masyarakat. Niat baik pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat seringkali berbanding terbalik dengan realita yang terjadi.

Smith<sup>9</sup> menentang adanya pembatasan perdagangan. Usaha untuk menyeimbangkan perdagangan adalah “absurd”. Kebijakan merkantilisme hanya menghasilkan kemakmuran dan keunungn bagi produsen dan pemegang monopoli saja. Karena merkantilisme tidak menguntungkan konsumen, maka merkantilisme bersifat anti pertumbuhan dan dangkal. (Mark Skousen)

- **Marx Dan Komunisme**

Marx merupakan penentang keras dari mekanisme pasar bebas yang diungkapkan oleh Adam Smith. Ada tiga hal yang menjadi alasannya (Delliarnov):

1. Dalam ekonomi. Laissez faire mendorong adanya surplus value dan penguasaan kekayaan oleh segelintir orang. Buruh diperas tenaganya dengan upah minimum.
2. Dalam psikologi. Menimbulkan adanya pertentangan antara kelas tuan tanah dan buruh
3. Dalam social. Masyarakat terpecah menjadi kelas tuan tanah dan buruh.

## **Pasar dalam Islam**

Dari evolusi pasar yang terjadi sepanjang sejarah, para ekonom merumuskan dalil-dalil dasar dalam perekonomian. Misalnya, Alfred

---

<sup>9</sup> Didin S. Damanhuri, Tinjauan Kritis Idiologi Liberalisme dan Sosialisme Ekonomi

Marshall dalam Principle of Economics, merumuskan “jika permintaan tinggi dan penawaran rendah, maka harga tinggi dan sebaliknya.” Ini yang dikenal dengan hukum permintaan dan penawaran. Hukum ini berlaku juga dalam pasar tempat (*marketplace*), pasar lembaga (*institutional market*) dan mekanisme pasar (*market mechanism*).

Bagaimana Islam memandang ini? Mengenai harga serta penawaran dan permintaan, Islam tidak memperkenankan campur tangan yang sembarangan terhadap mekanisme pasar. Ini terbukti misalnya dengan riwayat sebagai berikut: Diriwayatkan dari Anas bahwa ia mengatakan: Harga pernah mendadak naik pada masa Rasulullah SAW. Para sahabat mengatakan: “Wahai Rasulullah! Tentukan harga untuk kita! Beliau menjawab: “Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan dan pencurah serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezalimandalam hal darah dan harta.” Dari hadits ini kita dapat menarik kesimpulan bahwa Islam tidak menyuruh pemerintah untuk menetapkan harga, karena Allah yang sesungguhnya menaikkan dan menurunkan harga lewat mekanisme yang dikehendaki-Nya. Apakah mekanisme itu adalah tangan gaib (*the invisible hand*)? Atau bukan tangan gaib (*the invisible hand*)?

## **Praktik-Praktik dalam Pasar yang Dilarang dalam Islam**

- (1) Jual Beli Barang Haram
- (2) Menimbun Barang (Ikhtikar)
- (3) Menjual Barang yang Belum Dimiliki
- (4) Mencegat Pedagang di Perjalanan (Talaqqirukban)
- (5) Menjual Buah yang Masih di Tangkainya (Muzabanah)
- (6) Jual Beli Al Urban

## **Pasar Persaingan Sempurna dalam Islam**

Walaupun Rasulullah SAW telah meletakkan kebebasan dalam pasar, namun di dunia ini, pasar sekarang sudah dikuasai oleh segelintir kapitalis. Kebebasan berusaha masyarakat terancam oleh para pemain besar pengendali pasar. Kita membutuhkan desain mekanisme agar pasar kembali menjadi penjaga kemerdekaan ekonomi

## **Kemerdekaan Berusaha dalam Sejarah Pasar Islam**

Ibnu Khaldun<sup>10</sup>, seorang ulamaterkemuka yang membelakebebasan berusaha di dalam pasar dalam Muqaddimah terlihat berpendapat bahwa ekonomi dan peradaban akan berkembang bila bisnis dan perdagangan berjalan baik dalam pasar terbuka. Konsep Pasar dalam Islam Pasar adalah shadaqa (pemberian) untuk ummah (masyarakat muslim), sama seperti masjid. Kesamaan ini ditunjukkan ketika Rasulullah hijrah ke Madinah. Di Madinah, fasilitas publik yang pertama kali dibangun adalah masjid dan pasar. Oleh karena itu, dalam tradisi Islam yang khas, pasar mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pasar adalah milik umum. Ia adalah milik umat
2. Tidak ada seorang pribadi pun berhak mengklaim satu tempat di pasar sebagai milik pribadinya, bahkan walaupun ia sanggup membayarnya
3. Orang berhak untuk masuk dan keluar dari pasar dengan bebas untuk membuka dagangannya, namun ketika ia sudah selesai menjual semua dagangannya, ia harus membiarkan orang lain menggunakan tempat tersebut
4. Setiap orang dapat membuka dagangannya tanpa membayar kepada siapapun
5. Jika seseorang sudah selesai melaksanakan aktivitas jual belinya orang lain dapat menggantikannya di tempat tersebut dengan gratis
6. Hisbah, sebuah institusi unik dalam sistem Islam, mempunyai peran utama sebagai pengatur, pengawas, pengelola dan pengendali pasar
7. Mekanisme pasar Abu Yusuf (731-798 M)

Pemikiran Abu Yusuf<sup>11</sup> tentang pasar dapat dijumpai dalam bukunya Al-kharaj yang membahas prinsip-prinsip perpajakan dan anggaran Negara yang menjadi pedoman kekhalifahan Harun Ar-Rasyid di Baghdad. Ia menyimpulkan bekerjanya hukum permintaan dan penawaran dalam pasar dalam menentukan tingkat harga, meskipun kata permintaan dan penawaran ini tidak ia katakana secara eksplisit. Selain itu dalam bukunya secara implisit juga dijelaskan bahwa, harga bukan hanya ditentukan

---

<sup>10</sup> A.A. Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah* :diterjemahkan oleh H. Anshori Thayib, Bina Ilmu 1997

<sup>11</sup> Monzer Kahf, *Ekonomi Islam (telaah analitik terhadap fungsi system ekonomi Islam)*, Pustaka Pelajar

oleh penawaran saja, tetapi juga permintaan terhadap barang tersebut. Bahkan, Abu Yusuf mengidokasikan adanya variabel-variabel lain juga turut mempengaruhi harga, misalnya jumlah uang yang beredar pada suatu Negara, penimbunan atau penahanan suatu barang atau lainnya.

### **Evolusi Pasar menurut Al-Ghazali (1058-1111 M)**

Al-Ihya Ulumudin Al-Gahzali banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk pasar.dalam karyanya tersebut membahas mengenai barter dan permasalahannya, pentingnya aktivitas perdagangan dan evolusi terjadinya pasar, termasuk bekerjanya kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga.

Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut double coincidence, dank arena itu diperlukan suatu pasar. Selain itu Al-Ghazali juga telah memahamisuatu konsep yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan. Hal ini sudah tampak jelas dari perkataan bahwa mengurangi margin keuntungan denagn menjual harga ayng lebih murah akan meningkatkan volume penjualan, dan akan meningkatkan keuntungan penjualan.

### **Pemikir Ibn Taimiyah**

Ibnu taimiyah mencurahkan pengertian mekanisme pasar dalam bukunya, Al-Hisbah fi' il Al-Islamdan majmu' fatawa. Pandangan Ibn Taimiyah mengenai hal ini sebenarnya terfokus pada masalah pergerakan harga yang terjadi pada waktu itu, tetapi beliau letakkan dalam kerangka mekanisme pasar. Secara umum, beliau telah menunjukkan the beauty of market (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi).

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan kemudian tingkat harga adalah sebagai berikut;

- a) Keinginan orang terhadap barang-barang sering kali berbeda-beda.
- b) Jumlah orang yang meminta
- c) Kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu
- d) Kualitas pembeli barang tersebut
- e) Jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli

Ibn Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga

yang yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Beliau menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga sehingga mengganggu mekanisme yang bebas.

### **Mekanisme Pasar menurut Ibn Khaldun (1332-1383 M)**

Ibn 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 mempengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibn Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan berjalan dengan normal.

Dalam konsep Islam penentu harga dilakukan oleh kekuatan – kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan pasar dengan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan antara permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada keterpaksaan dalam melakukan transaksi pada tingkat harga. Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang<sup>12</sup>:

- Talaqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- Mengurangi timbangan dilarang karena dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
- Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas.
- Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang, karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.

---

<sup>12</sup> Ikhwan Hamdani, Sistem Pasar: Pengawasan Ekonomi (hisbah) dalam Perspektif Ekonomi Islam

- *Transaksi najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawarkan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- *Ikhtiar* dilarang, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- *Ghabanfaa-hisy* (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

## PENUTUP

Teori Adam Smith ini dalam perekonomian konvensional (kapitalis dan sosialis), maka tujuan pasar tidak dapat tercapai karena dalam sistem kapitalis akan terjadi *market power* yang membawa pasar pada persaingan monopolistik dan dalam sistem sosialis akan terjadi penguasaan pemerintah terhadap harga sehingga penawaran dan permintaan tidak dapat menyesuaikan diri secara alamiah. Hal ini mengakibatkan lumpuhlah kekuatan tangan tidak nampak dalam mengkoordinasikan pelaku pasar dalam membentuk perekonomian.

Berbeda dengan yang di atas, pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) sangatlah bersesuaian dengan teori-teori yang dikemukakan Ibnu Taimiyah yang menyebutkan bahwa dalam pasar Islam kebebasan berekonomi itu ada namun juga ada intervensi pemerintah dalam batas-batas dan keadaan yang dibutuhkan. Pasar persaingan sempurna sangatlah mungkin terjadi ketika sistem ekonomi yang dipakai adalah sistem Islam. Teori-teori yang dikemukakan Adam Smith dapat terealisasi ketika pasar yang dihadapi adalah pasar persaingan sempurna. Maka, ketika sistem yang digunakan adalah sistem kapitalisme dan sosialisme, pasar persaingan sempurna akan sulit terjadi.

Struktur pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar yang lebih dekat dengan struktur pasar Islami. Bukti kedekatannya adalah: a) Orang-orang harus bebas untuk masuk dan keluar pasar, b) Tingkat informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan adalah perlu, c) Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar, d) Homogenitas dan standardisasi produk sangat dianjurkan ketika terjadi pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan-kecurangan dalam mempresentasikan barang-barang tersebut, serta e) Setiap penyimpangan dari kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah

palsu, penimbangan yang tidak tepat, dikecam oleh ajaran Islam.

Melihat dari kenyataan yang terjadi saat ini, asumsi-asumsi pasar persaingan sempurna sangat jarang ditemukan, padahal pasar persaingan sempurna adalah pasar yang ideal, dimana konsumen dan produsen tidak terzalimi. Salah satu cara yang penulis sarankan agar asumsi-asumsi tersebut dapat tercipta adalah dengan menerapkan aturan-aturan Islam.

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Dalam analisis ekonomi sering dimisalkan bahwa perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Akan tetapi dalam prakteknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, yaitu yang ciri-cirinya sepenuhnya bersamaan dengan dalam teori.

## **DARTAR PUSTAKA**

A.A. Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah* :diterjemahkan oleh H. Anshori Thayib, Bina Ilmu 1997

Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islami*, RajaGrafindo edisi ketiga 2007 Didin S. Damanhuri,  
Tinjauan Kritis Idiologi Liberalisme dan Sosialisme,  
Badan Pendidikan dan

Ikhwan Hamdani, *Sistem Pasar: Pengawasan Ekonomi (hisbah) dalam Perspektif Ekonmi Islam*,

LP3EI, *Ekonomi Islam*, RajaGrafindo

Mark Skousen, *Sang Maestro Teori-teori ekonomi Modern*, Prenada 2005 Monzer Kahf, *Ekonomi Islam (telaah analitik terhadap fungsi system ekonomi Islam)*, Pustaka Pelajar

Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Rajawali Pers edisi ketiga Sayyid Sabiq, *fiqhus Sunnah*, syirkatu manar ad-dauliyah 1995

Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di tengah krisis ekonomi global*, Zikrul 2004

Winardi, *Kamus Ekonomi (Inggris – Indonesia)*, Alumni 1996