

Dr. Husain Insawan M.Ag
Adzil Arsyi Sabana SE.,ME
Abdul Wahid Mongkito S.Si., M.E.I

MIKRO EKONOMI ISLAM



Mikro Ekonomi Islam

Penulis: Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, Abdil Wahid Mongkito

Penyunting: Tsuweba
Tata Sampul: Khoshshol Fairuz
Tata Isi: Nurul Aini

Diterbitkan oleh:

CV. Nakomu
Cangkring Malang, Sidomulyo, Megaluh, Jombang
E-mail: kertasentuh@gmail.com
Facebook: Penerbit Kertasentuh
Instagram: @penerbitkertasentuh
WA: 085-850-5857-00 atau 0857-3333-7747

Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan KDT

Mikro Ekonomi Islam, Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, Abdil Wahid Mongkito

Tsuweba

Nakomu, 2021

vi+137 hlm.; 15,5cm x 23cm

ISBN: 978-623-5556-38-3

**Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta:**

- (1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak ciptaan pencipta atau memberi izin untuk itu, dapat dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
- (2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait, dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

Kata Pengantar

Segala Puji dan Syukur kami panjatkan selalu kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat, Taufiq, dan Hidayah yang sudah diberikan sehingga kami bisa menyelesaikan buku Ajar yang berjudul “Mikro Ekonomi Islam” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan buku ini tidak lain adalah untuk membantu para mahasiswa di dalam memahami seperti apa persoalan-persoalan ekonomi mikro dalam sudut pandang yg lebih komprehensif (konvensional dan syariah).

Buku ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai pengertian, macam, tujuan, dan banyak contoh dari pembahasan ekonomi mikro dengan pendekatan konvensional dan ekonomi syariah

Kami sadar bahwa penulisan buku ini bukan merupakan buah hasil kerja keras kami sendiri. Ada banyak pihak yang sudah berjasa dalam membantu kami di dalam menyelesaikan buku ini, seperti penyusunan materi, pemilihan contoh, dan lain-lain. Maka dari itu, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan wawasan dan bimbingan kepada kami sebelum maupun ketika menulis buku ajar ini.

Kami juga sadar bahwa buku yang kami buat masih tidak belum bisa dikatakan sempurna. Maka dari itu, kami meminta dukungan dan masukan dari para pembaca, agar kedepannya kami bisa lebih baik lagi di dalam menulis sebuah buku.

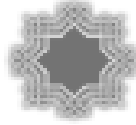
Kendari, 17 Oktober 2021

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	iv
BAB I	1
RUANG LINGKUP EKONOMI.....	1
A. Definisi Ekonomi/ Ekonomi Islam (Syariah).....	1
B. Ruang lingkup Ekonomi/ Ekonomi Islam (Syariah)	3
C. Jenis Analisis Ekonomi Pada Ilmu Ekonomi	9
D. Sifat Dan Pernyataan Dalam Teori Ekonomi.....	11
E. Metode Analisa Dalam Ilmu Ekonomi	13
F. Masalah-masalah Ekonomi	14
G. Pandangan Ekonomi Islam Versus Ekonomi Konvensional)	15
H. Prinsip Dasar Ekonomi Syariah dan Konvensional.....	17
BAB II.....	20
PERMINTAAN, PENAWARAN DAN KESEIMBANGAN PASAR.....	20
A. Teori Permintaan dan Kurva Permintaan	20
B. Penentu Permintaan	21
C. Teori Penawaran dan Kurva Penawaran	22
D. Penentu Penawaran.....	24
E. Pergerakan, Pergeseran Kurva Permintaan dan Penawaran.....	24
F. Konsep Permintaan Dalam Ekonomi Islam.....	28
G. Konsep Penawaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam	31
BAB III	34
SURPLUS DAN KESEIMBANGAN PASAR.....	34
A. Surplus Konsumen Dan Produsen	34

B.	Cara Menentukan Surplus Konsumen dan Surplus Produsen Secara Matematika dan Grafik.....	36
C.	Pajak, Subsidi dan Keseimbangan Pasar	39
D.	Tas'ir (Penetapan Harga Dalam Islam)	43
BAB IV	52
ELASTISITAS	52
A.	Definisi Elastisitas dan Jenis Elastisitas	52
B.	Elastisitas Permintaan.....	55
C.	Elastisitas dan Total Penerimaan	56
D.	Faktor Tingkat Penentu Elastisitas.....	57
E.	Elastisitas Penawaran.....	59
BAB V	62
TEORI PERILAKU INDIVIDU	62
A.	Preferensi dan Perluasan Preferensi Ekonomi Islam	62
B.	Prinsip dan Tingkatan Konsumsi Dalam Islam.....	63
C.	Utility dan Masalah	66
D.	Kurva Indiferens (Kurva Kepuasan Sama)	68
E.	Budget Line (Garis Anggaran).....	70
F.	Implementasi Konsumsi Islam Dalam Teori Ekonomi.....	74
BAB VI	77
TEORI PRODUKSI	77
A.	Definisi Produksi.....	77
B.	Produksi Dalam Ekonomi Islam	78
C.	Konsep Masalah Dalam Produksi	82
D.	Produksi Dalam Jangka Pendek	83
E.	Produksi Dalam Jangka Panjang	85
F.	Faktor Produksi	86
G.	Kurva Isoquant (Kurva Produksi Sama)	88
H.	Garis Biaya Produksi.....	90

I.	Prespektif Ekonomi Islam	94
BAB VII.....		97
PASAR PERSAINGAN SEMPURNA.....		97
A.	Definisi Pasar Persaingan Sempurna.....	97
B.	Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna	97
C.	Permintaan Dan Hasil Penjualan	100
D.	Kelebihan Dan Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna 106	
E.	Pasar Persaingan Sempurna Menurut Perspektif Islam .	107
BAB VIII		109
PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK.....		109
A.	Definisi Pasar Persaingan Monopolistik.....	109
B.	Kesamaan Dan Perbedaan Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Monopolistik.....	115
C.	Kelebihan dan Kekurangan Pasar Monopolistik	117
D.	Pasar Monopolistik Dalam Perspektif Islam.....	117
BAB IX		119
BARANG PUBLIK DAN EKSTERNALITAS		119
A.	Barang Publik	119
B.	Sumber Daya Milik Bersama	122
C.	Eksternalitas dan Ketidakefisienan Pasar.....	122
D.	Solusi Swasta untuk Eksternalitas	127
E.	Kebijakan Publik Mengenai Eksternalitas.....	130
F.	Prespektif Islam	134
Daftar Pustaka		136



BAB I

RUANG LINGKUP EKONOMI

A. Definisi Ekonomi/ Ekonomi Islam (Syariah)

Definisi para ekonom terkait ilmu ekonomi yang di jelaskan Prof. P.A. Samuelson menyatakan Ilmu ekonomi adalah suatu studi bagaimana orang-orang dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber daya yang terbatas tetapi dapat dipergunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi, sekarang dan dimasa datang, kepada berbagai orang dan golongan masyarakat. Menurut Sadono Sukirno menyatakan Ilmu Ekonomi menganalisa biaya dan keuntungan dan memperbaiki corak penggunaan sumber daya (sumber daya: SDA & SDM. Menurut AlbertL Meyers : yaitu sesuatu ilmu pengetahuan yang mempersoalkan kebutuhan serta sebagai pemuas akan kebutuhan manusia tersebut.

Dalam Bahasa Arab, kata ekonomi diistilahkan dengan kata "*iqtisad*" yang berasal dari akar kata *Qasd* yang mempunyai makna dasar sederhana, hemat, sedang, lurus dan tengah-tengah. Sedang kata "*iqtisad*" mempunyai makna sederhana, penghematan dan kelurusan. Istilah ini kemudian mashur digunakan sebagai istilah ekonomi dalam Bahasa Indonesia.

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Ada banyak pendapat di seputar pengertian dan ruang lingkup ekonomi Islam. Dawan Rahardjo, memilah istilah ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, *pertama*, yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. *Kedua* yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem. Sistem menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau Negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu. Sedangkan pilihan *ketiga* adalah ekonomi Islam dalam pengertian perekonomian umat Islam. Dalam tulisan ini ekonomi Islam menyangkut ketiganya dengan penekanan pada ekonomi Islam sebagai konsep dan sistem ekonomi. Ketiga wilayah tersebut, yakni teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat Islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi.

Menurut Adi Warman Karim, tiga wilayah level (teori, sistem dan aktivitas) tersebut menjadi basis dalam upaya penegakan syariah dalam bidang ekonomi Islam yang harus dilakukan secara akumulatif. Dengan demikian diperlukan adanya upaya yang sinergi dengan melibatkan seluruh komponen dalam rangka menegakkan Syari'ah dalam bidang ekonomi.

Masih banyak sekali pernyataan lainnya ada beberapa yang memberikan pernyataan keilmuan ekonomi ialah studi keilmuan yang didalamnya membahas materi mengenai cakupan pilihan seseorang serta penilaiannya dalam pemilihan, penggunaan, serta alasannya dalam melakukan suatu hal.

Secara global maka bisa dikatakan Ilmu ekonomi yaitu sesuatu ilmu yang didalamnya mempelajari bagaimanakah usaha manusia akan bertingkah laku untuk memenuhi segala keperluannya dengan rezeki yang Allah SWT. berikan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

B. Ruang lingkup Ekonomi/ Ekonomi Islam (Syariah)

Ruang lingkup ilmu ekonomi terbagi menjadi 2 yaitu mikroekonomi dan makroekonomi.

1. Teori Mikroekonomi

Teori mikroekonomi atau ekonomi mikro boleh diartikan sebagai “ilmu ekonomi kecil”. Berdasarkan kepada pola dan ruang lingkup analisisnya, teori mikroekonomi dapat didefinisikan sebagai: satu bidang studi dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai bagian-bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Ekonomi mikro konvensional ini didasarkan pada perilaku individu-individu yang secara nyata terjadi di setiap unit ekonomi, perilaku individu dari setiap unit ekonomi tersebut akan bertindak dan berperilaku sesuai dengan norma dan aturan menurut persepsinya masing-masing. Pembahasan perilaku konsumsi ekonomi mikro konvensional hanya memperhatikan perubahan pada variabel ekonomi, seperti harga dan pendapatan.

Sedangkan dalam pembahasan ekonomi mikro Islam, justru faktor moral dan norma yang terangkum dalam tatanan syariah akan ikut menjadi variabel yang penting dan perlu dijadikan sebagai alat analisis. Ekonomi mikro Islam menjelaskan bagaimana sebuah keputusan diambil oleh setiap unit ekonomi dengan memasukkan batasan-batasan syariah sebagai variabel yang utama. Dalam ekonomi mikro Islam, kita menganggap bahwa basic ekonomi (variabel-variabel ekonomi) hanya memenuhi segi necessary condition, sedangkan moral dan tatanan syariah akan memenuhi unsur sufficient condition dalam ruang lingkup pembahasan ekonomi mikro.

Isu pokok yang dianalisis dalam teori mikroekonomi adalah: bagaimanakah caranya menggunakan faktor-faktor produksi yang tersedia secara efisien agar kemakmuran masyarakat dapat dimaksimumkan? Analisis seperti ini dibuat berdasarkan kepada pemikiran bahwa (i) kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas, sedangkan (ii) kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat adalah terbatas. Berdasarkan kepada

kedua pemikiran ini, teori mikroekonomi bertitik tolak kepada pemisalan bahwa faktor-faktor produksi yang tersedia selalu sepenuhnya digunakan. Keadaan ini mendorong masyarakat untuk memikirkan cara yang paling efisien dalam menggunakan faktor-faktor produksi yang tersedia.

Dalam teori mikroekonomi masalah di atas dibagi dan dibedakan menjadi tiga persoalan yang dinyatakan di bawah ini:

1. Apakah jenis-jenis barang dan jasa yang perlu diproduksi?
2. Bagaimanakah barang dan jasa yang diperlukan masyarakat akan dihasilkan?
3. Untuk siapakah barang dan jasa perlu dihasilkan?

Interaksi di Pasar Barang

Dalam teori ekonomi, pasar adalah suatu institusi, yang pada umumnya tidak wujud secara fisik, yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Melalui interaksi antara penjual dan pembeli yang berlaku dalam pasar akan dapat ditentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan. Teori mikroekonomi tidak menerangkan operasi keseluruhan pasar secara serentak, tetapi menerangkan tentang interaksi antara penjual dan pembeli di suatu pasar barang, misalnya di pasaran kopi atau karet.

Tingkah Laku Penjual dan Pembeli

Aspek berikut yang dianalisis teori mikroekonomi adalah tentang tingkah laku pembeli dan penjual di pasar. Dalam analisis ini, teori mikroekonomi bertitik tolak dari dua pemisalan. Pemisalan yang pertama adalah: para pembeli dan penjual menjalankan kegiatan ekonomi secara rasional. Pemisalan kedua adalah: para pembeli berusaha memaksimumkan kepuasan yang mungkin dinikmatinya, sedangkan para penjual berusaha memaksimumkan keuntungan yang akan diperolehnya. Berdasarkan pemisalan-pemisalan tersebut maka teori mikroekonomi menunjukkan (i) bagaimana seorang pembeli menggunakan sejumlah pendapatan (atau uang) untuk membeli berbagai jenis barang yang dibutuhkannya, dan (ii) bagaimana

seseorang penjual/produsen menentukan tingkat produksi yang akan dilakukannya.

Interaksi di Pasaran Faktor

Aspek penting lain yang dianalisis teori mikroekonomi adalah interaksi penjual dan pembeli dipasaran faktor-faktor produksi. Individu-individu dalam perekonomian adalah pemilik faktor-faktor produksi. Mereka menawarkan faktor-faktor produksi tersebut untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut seterusnya akan digunakan untuk membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan. Sebaliknya, penjual-penjual membutuhkan faktor-faktor produksi untuk memproduksi barang dan jasa. Oleh sebab itu mereka akan menjadi pembeli faktor-faktor produksi. Interaksi antara pembeli dan penjual faktor-faktor produksi diberbagai pasaran faktor produksi akan menentukan harga faktor produksi dan banyaknya jumlah faktor produksi yang akan digunakan. Analisis ini merupakan salah satu aspek penting dari analisis-analisis dalam teori mikroekonomi.

2. Teori Makroekonomi

Makro berarti besar. Analisis makroekonomi merupakan analisis terhadap keseluruhan kegiatan perekonomian. Analisisnya bersifat umum dan tidak memperhatikan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh unit-unit kecil dalam perekonomian. Dalam menganalisis kegiatan pembeli (dalam makroekonomi mereka dinamakan sebagai konsumen), yang dianalisis bukanlah mengenai tingkah laku seorang pembeli tetapi keseluruhan pembeli yang ada dalam perekonomian. Begitu pula, dalam menganalisis tingkah laku produsen, yang diamati bukanlah kegiatan seorang produsen tetapi kegiatan keseluruhan produsen dalam perekonomian.

Dalam teori makroekonomi analisis meliputi aspek berikut: (i) penentuan kegiatan perekonomian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya; (ii) masalah inflasi dan pengangguran dan faktor yang menyebabkannya; (iii) bentuk-bentuk

kebijakan pemerintah dalam menghadapi masalah-masalah ekonomi yang timbul.

Pelaku-Pelaku Kegiatan Ekonomi

Ada 3 pelaku kegiatan ekonomi diantaranya :

1. Rumah tangga

Rumah tangga adalah pemilik berbagai faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian. Sektor ini menyediakan tenaga kerja dan tenaga usahawan. pemilik produksi akan menawarkan faktor-faktor produksi kepada sektor perusahaan. Sebagai balas jasa terhadap penggunaan berbagai jenis faktor produksi ini maka sektor perusahaan akan memberikan berbagai jenis pendapatan kepada sektor rumah tangga.

2. Perusahaan

Perusahaan merupakan organisasi yang dikembangkan oleh seseorang atau sekumpulan orang dengan tujuan untuk menghasilkan jenis barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat yang disebut sebagai pengusaha. Pengusaha dalam memproduksi barang bukan untuk memenuhi kebutuhan mereka, melainkan tujuan mereka adalah untuk memperoleh keuntungan dari hasil usaha mereka. Perusahaan yang dalam menjalankan kegiatan ekonomi dibedakan menjadi 3 diantaranya: industri primer merupakan perusahaan yang mengolah kekayaan alam dan mengeksploitir faktor-faktor produksi yang disediakan oleh alam. Seperti kegiatan pertambangan, mengeksploitir hasil hutan dan menangkap ikan tergolong industri primer. industri sekunder merupakan perusahaan yang menghasilkan barang industri (sepatu, baju, mobil, buku dan sebagainya), membangun perumahan dan bangunan, menyediakan air, listrik dan gas. industri tersier adalah perusahaan yang menghasilkan jasa, yaitu perusahaan yang menyediakan pengangkutan, menjalankan perdagangan, memberi pinjaman (lembaga-lembaga keuangan), menyewakan bangunan (rumah dan pertokoan).

3. Pemerintah

Pemerintah yang dimaksud disini adalah badan-badan pemerintah yang bertugas mengatur kegiatan ekonomi. badan-badan tersebut diantaranya badan penanaman modal, bank sentral, parlemen, pemerintah daerah, angkatan bersenjata dan sebagainya. Badan-badan tersebut akan mengawasi kegiatan rumah tangga dan perusahaan agar kegiatan ekonomi mereka dilakukan dengan cara yang wajar dan tidak merugikan masyarakat secara keseluruhan.

Sirkulasi Aliran Pendapatan

Untuk memberi gambaran yang lebih jelas lagi mengenai corak kegiatan ekonomi yang wujud dalam suatu perekonomian, ahli-ahli ekonomi biasanya membuat suatu diagram yang dinamakan sirkulasi aliran pendapatan. Diagram itu memberi gambaran tentang aliran-aliran (i) faktor-faktor produksi (ii) pendapatan, (iii) barang-barang dan jasa-jasa dan (iv) pengeluaran, antara sektor-sektor dalam kegiatan ekonomi. Dalam sirkulasi aliran pendapatan yang sederhana dimisalkan bahwa pemerintah tidak wujud dan tidak melakukan campur tangan dalam kegiatan perekonomian. Dengan demikian sirkulasi aliran pendapatan biasanya hanyalah menunjukkan bentuk aliran produksi, pendapatan, barang serta jasa dan pengeluaran, antara sektor rumah tangga dan sektor perusahaan. Misalkan pemerintah tidak melakukan kegiatan ekonomi dan tidak melakukan campur tangan apa pun dalam kegiatan ekonomi maka aliran faktor produksi, pendapatan, barang dan pengeluaran dalam suatu perekonomian dapat digambarkan dalam gambar ini:



Sirkulasi Aliran Pendapatan dalam Ekonomi yang Sederhana

Dalam diagram tersebut, perekonomian dibedakan dalam dua sektor yaitu sektor perusahaan dan sektor rumah tangga. Sektor rumah tangga merupakan pemilik faktor-faktor produksi yang akan menawarkan sumber-sumber daya kepada para pengusaha dan para pengusaha akan menyambut tawaran tersebut karena mereka memerlukan faktor-faktor produksi untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa. Penawaran dan penggunaan faktor-faktor produksi tersebut akan mewujudkan dua macam aliran, yaitu aliran barang dan aliran uang. Keduanya terdapat pada bagian atas dari diagram yang ditunjukkan dalam gambar tersebut. Dapat dilihat bahwa sektor perusahaan akan memberikan pendapatan kepada berbagai jenis sumber daya ini, yaitu tenaga kerja mendapat upah dan gaji, tanah mendapat sewa, modal mendapat bunga dan keahlian keusahawanan mendapat keuntungan. Aliran dari berbagai jenis pendapatan dari sektor perusahaan ini adalah aliran dalam bentuk uang. Telah diterangkan bahwa kegiatan para pengusaha memproduksi barang dan jasa bukanlah untuk memenuhi kebutuhan mereka tetapi dengan tujuan untuk dijual dan mendapatkan untung. Rumah tangga adalah pembeli-pembeli barang dan jasa yang diproduksi sektor perusahaan. Berbagai

jenis pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang dimiliki rumah tangga akan mereka gunakan untuk memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan. Kecenderungan ini menyebabkan dalam perekonomian akan wujud dua aliran, yang pertama adalah pengeluaran konsumsi, yaitu pembelanjaan masyarakat dari sektor rumah tangga ke sektor perusahaan. Aliran ini dalam bentuk uang. Aliran kedua adalah aliran barang, yaitu aliran barang-barang dan jasa-jasa dari sektor perusahaan ke sektor rumah tangga.

C. Jenis Analisis Ekonomi Pada Ilmu Ekonomi

Dalam analisis ilmu ekonomi terbagi 2 bagian (golongan yang menurunkan ilmu-ilmu ekonomi teori dan terapan yaitu ilmu ekonomi Mikro dan Ilmu ekonomi Makro.

Ilmu ekonomi mikro khusus mempelajari perilaku individu manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Aspek analisisnya diantaranya:

- a. Analisa biaya/manfaat
- b. Teori permintaan dan penawaran
- c. Elastisitas
- d. Model-model pasar
- e. Industri
- f. Teori harga (hukum permintaan dan penawaran)
- g. Teori produksi

Turunan (pengembangan) ilmu ekonomi mikro yaitu Ekonomi Managerial, Ekonomi Lingkungan, Ekonomi Regional, Ekonomi SDA.

Sedangkan ilmu ekonomi makro mempelajari perilaku masyarakat (negara/bangsa) dalam memenuhi kebutuhannya (masalah agregat). Aspek analisisnya diantaranya:

- a. Pendapatan nasional
- b. Neraca pembayaran
- c. Kesempatan kerja
- d. Inflasi
- e. Investasi

Turunan (pengembangan) ilmu ekonomi makro yaitu :
Ekonomi Moneter, Ekonomi Publik, Ekonomi Pembangunan.

Jenis analisa ilmu ekonomi secara garis besar dapat digolongkan menjadi 3 yaitu:

- a. Ekonomi Deskriptif. Ilmu ekonomi yang memberikan gambaran tentang suatu kondisi atau keadaan ekonomi dengan sebenarnya. Contoh: Krisis ekonomi di Indonesia menyebabkan menurunnya kurs rupiah terhadap US dollar.
- b. Teori Ekonomi yang merupakan pandangan-pandangan yang menggambarkan sifat hubungan yang wujud dalam kegiatan ekonomi, dan ramalan tentang peristiwa yang terjadi apabila suatu keadaan yang mempengaruhinya mengalami perubahan. Teori ekonomi didasarkan pada kondisi nyata yang terjadi pada masyarakat yang disederhanakan terutama mengenai sifat-sifat hubungan ekonomi. Yang menyederhanakan kondisi tersebut disebut asumsi. Contoh: Permintaan suatu barang akan naik bila harga barang tersebut turun, sebaliknya permintaan akan turun bila harga akan naik, dengan asumsi penawaran dan pendapatan masyarakat tetap (semua faktor yang berpengaruh terhadap permintaan).
- c. Teori Ekonomi Aplikasi (Ekonomi Terapan). Teori tersebut merupakan cabang dari ilmu ekonomi mikro dan makro. Bertujuan untuk menganalisa dan menelaah tentang hal-hal yang perlu dilakukan mengenai suatu kejadian dalam perekonomian. Bidang ini lazim disebut juga teori kebijakan ekonomi, yaitu cabang ilmu ekonomi yang menelaah tentang kebijakan yang perlu dilaksanakan untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi. Salah satu peranan teori ekonomi adalah: *berfungsi sebagai landasan dalam merumuskan kebijakan-kebijakan ekonomi*. Contoh: Ekonomi moneter membahas dan memberikan masukan kepada pelaku ekonomi tentang bagaimana cara mengelola uang dan mengatasi inflasi dengan menggunakan teori ekonomi baku yaitu Teori Ekonomi Makro.

D. Sifat Dan Pernyataan Dalam Teori Ekonomi

Sifat atau ciri yang dimiliki agar analisisnya dapat menjadi benar diperlukan adanya :

- a. Definisi. Agar analisisnya dapat diterima secara logis, maka setiap variabelnya diberikan definisi, misalkan apa itu harga, biaya, ongkos, konsumsi, produksi, dsb.
- b. Asumsi atau pemisalan. Dibutuhkan asumsi agar teorinya berlaku secara keilmuan. Tujuannya untuk membatasi analisisnya agar teori dan hukum- hukumnya dapat berlaku dengan baik. Seperti penawaran suatu produk hanya akan meningkat bila harga produk tersebut naik.
- c. Hipotesa. Pengungkapan fakta secara teori merupakan suatu kebaikan, gunanya untuk memberikan batasan kesimpulan mengenai sesuatu yang diteliti/dianalisa. Hipotesadigunakan untuk menutupi keterbatasannya dalam mengkaji suatu fenomena ekonomi, mengingat hal yang terlibat dalam perekonomian jumlahnya sangat banyak dan tidak terbatas. Penafsiran perlu dilakukan dalam bentuk estimasi atau prediksi.
- d. Ramalan. Estimasi, prediksi dan forecasting merupakan bagian inti dalam ilmu ekonomi. Aktivitas meramal identik dengan ilmu ekonomi, salah satu kehebatan ilmu ekonomi terletak pada kemampuannya membaca tanda- tanda kejadian ekonomi yang terjadi pada masa lalu dan sekarang untuk masa yang akan datang.
- e. Penggunaan Grafik (Kurva). Untuk menjelaskan hubungan antar variabel hal yang lumrah dan wajib, alasannya lebih mudah dibaca dengan menggunakan grafik.
- f. Asas Rasionalitas dan Continuum. Individu/masyarakat harus rasional dalam menggunakan uang untuk mengkonsumsi/produksi. Misal: konsumen menggunakan sisa uang yang ada dengan membelanjakannya (seharusnya sisa uang dapat ditabung, kelebihan uang tersebut dapat digunakan untuk investasi). Asas continuum membahas kumpulan- kumpulan faktor dan komoditi yang tidak terbatas

- (infinite). Dengan tidak terbatasnya faktor produksi dan konsumsi, continuum sebagai ilmu yang membahas kejadian/fenomena yang bisa diukur dengan pendekatan absolut seperti matematika.
- g. Mengikuti atau memilih (following and choice). Memberikan petunjuk bagi pelaku ekonomi dalam memproduksi dan mengkonsumsi yaitu ikut dengan kondisi yang ada atau memilih kondisi yang lain. Masing-masing memiliki konsekwensinya.
 - h. Dalam perekonomian (tepatnya menjalani hidup) terutama dalam pekerjaan yang bertujuan untuk mendapatkan nafkah terdapat tiga pilihan yang bisa dilakukan yaitu menjadi buruh atau pekerja biasa, menjadi tenaga yang berpengalaman atau menjadi tenaga ahli (following, skill and expertise). Tidak tegas menyatakan bahwa tenaga yang berpengalaman lebih baik dari buruh biasa atau lebih buruk dari tenaga ahli, namun pilihan atas kemampuan diri dianjurkan dalam ilmu ekonomi karena berhubungan dengan kelangkaan atau ketidak langkaan. Keahlian tidak saja dari pengalaman, tapi juga dari belajar dan mempelajari).
 - i. Persamaan dan Identitas. Teori ekonomi persamaan dimaksudkan sebagai identitas. suatu persamaan misalkan $x = y$ akan menjadi benar bila didefinisikan x dan y benar. $X =$ permintaan dan $Y =$ harga. Permintaan naik maka harga naik, bila permintaan turun maka harga turun. Hal tersebut berdasarkan hukum permintaan.
 - j. Asas Non Satietas (Banyak lebih disukai dari pada sedikit). Ilmu ekonomi tidak mengajarkan seseorang untuk menjadi tamak dan rakus untuk menikmati sumber daya, akan tetapi mengajarkan manusia untuk berpikir secara rasional lebih baik banyak dari pada sedikit, sebab banyak selalu berkonotasi lebih dari cukup daripada sedikit berarti kurang atau mendekati kurang.

E. Metode Analisa Dalam Ilmu Ekonomi

Ada 2 dalam menganalisis persoalan ilmu ekonomi diantaranya metode deduktif dan induktif. Metode deduktif adalah sebuah metode menarik suatu kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum menjadi hal-hal yang bersifat khusus. Contoh: Besar kecilnya suatu permintaan tergantung dari besar kecilnya pendapatan, tingkat harga dan selera.

Metode induktif atau disebut juga metode empiris yaitu menarik suatu kesimpulan dari hal yang bersifat khusus menjadi kesimpulan yang bersifat umum. Metode ini didasarkan pada fakta empiris. Contoh: menarik suatu kesimpulan mengenai seberapa besar pengaruh perubahan permintaan terhadap perubahan harga, maka diambil data-data periodik. Diperlukan tabel, grafik, ilmu statistik dan matematik agar lebih mudah mengetahui hasilnya untuk mendapatkan kesimpulan yang relatif valid.

Contoh : $D = 5 - 12 P$, D = permintaan dan P = harga (Rp). persamaan itu dapat disimpulkan bila harga naik satu rupiah maka permintaan akan turun senilai 12 rupiah, begitupun sebaliknya. Berkaitan dengan metode empiris: hubungan antara inflasi dan pengangguran (kurva Phillips) dan hubungan antara pertumbuhan ekonomi dengan tingkat pengangguran (hukum Okun).

Pernyataan Positif Dan Normatif

Pernyataan positif adalah pernyataan yang merujuk pada kondisi yang sebenarnya terjadi (descriptive), kondisi sebenarnya yang akan terjadi berdasarkan fakta yang ada sehingga dapat dibuktikan keabsahannya. Contoh : “harga-harga suatu barang akan meningkat bila barang langka di pasaran”, atau menaikkan harga barang maka jumlah produksi harus dibatasi dan kalau produksi beras turun maka harganya akan naik” dan “Kalau beras dijual ke kota maka harganya lebih mahal daripada dijual di desa” adalah contoh-contoh dari pernyataan positif.

Pernyataan normatif adalah pernyataan petunjuk (prescriptive) mengandung arti apa sebaiknya yang harus dilakukan bila ingin sesuatu yang diharapkan menjadi kenyataan. Jadi pernyataan normatif adalah suatu pandangan subjektif atau suatu value judgement. Pernyataan itu bukan mengemukakan pendapat mengenai keadaan yang akan wujud tetapi menyatakan tentang apa yang sebaiknya harus wujud. Contoh : perekonomian dapat berjalan baik maka distribusi pendapatan masyarakat harus merata, pendapatan nasional harus tinggi dan tingkat harga harus pada kondisi wajar.

F. Masalah-masalah Ekonomi

Masalah ekonomi yang sering menjadi masalah klasik pada sistem ekonomi diantaranya:

1. Barang apa yang akan diproduksi dan berapa banyaknya.

Artinya barang apa yang harus disediakan dan berapa banyak agar kesejahteraan masyarakat meningkat. Barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu perekonomian sangat beragam jenisnya, seperti barang yang sangat sederhana (beras), barang yang sangat kompleks (pesawat, mobil, motor). Setiap tahunnya suatu perekonomian harus menentukan jenis-jenis barang yang diperlukan oleh masyarakat dan jumlah produksi dari barang dan jasa tersebut.

Masyarakat harus menentukan keinginan mana yang harus dipenuhi dan keinginan mana yang harus ditunda untuk memenuhinya. Pilihan-pilihan tersebut akan menentukan penggunaan faktor-faktor produksi.

2. Bagaimana caranya barang tersebut diproduksi.

Artinya metode dan teknologi apa yang digunakan dalam proses produksi. Untuk memproduksi barang ada berbagai macam cara, dan yang paling umum dengan cara tradisional yaitu bercocok tanam atau berternak (pertanian), pengolahan (industri manufaktur) atau langsung mengambil dari alam yang telah tersedia seperti ikan atau hasil hutan. Semakin banyak kebutuhan masyarakat, produsen diuntut untuk bisa

menyediakan dalam jumlah yang cukup, sehingga produksi menjadi lebih efisien, seperti menangkap ikan di laut dengan menggunakan kapal penangkap ikan yang canggih.

3. Untuk siapa barang tersebut diproduksi.

Pertanyaan ini berdimensi kedilan dan pemerataan. Barang yang telah diproduksi oleh produsen tentu saja untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan kemampuan masing-masing individu.

Jadi untuk menjawab tiga pertanyaan ekonomi mikro di atas maka pilihan untuk memproduksi apa, bagaimana dan untuk siapa harus didasarkan pada nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi islam. Diantara nilai-nilai yg menjadi dasar untuk membuat pilihan di atas adalah masalah. Adanya masalah ini membedakan mikro islam dengan mikro konvensional. Jadi Ekonomi Mikro Islam adalah mikro ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip islam yaitu bersumber pada alquran dan hadist yang tujuan utamanya adalah masalah yaitu bahagia di dunia dan di akhirat.

G. Pandangan Ekonomi Islam Versus Ekonomi Konvensional)

1. Mazhab Baqir As-sadr

Ekonomi konvensional mendefinisikan bahwa masalah ekonomi muncul karena adanya keinginan manusia yg tidak terbatas, sedangkan sumber daya yang tersedia untuk memuaskan keinginan manusia jumlahnya terbatas. Mazhab baqir menolak pernyataan ini. Menurut mereka, islam tidak mengenal adanya sumber daya yg terbatas. Dalilnya "Allah telah menciptakan sesuatu sudah terukur dengan sempurna" sebenarnya allah telah memberikan sumber daya yg cukup bagi seluruh manusia di dunia. Baqir juga menolak pendapat yang menyatakan bahwa keinginan manusia tidak terbatas itu tidak benar faktanya manusia akan berhenti minum jika rasa dahaganya sudah terpuaskan.

Mazhab ini berpendapat bahwa masalah ekonomi muncul karena adanya distribusi yang tidak merata dan adil, sebagai akibat sistem ekonomi yg membolehkan eksploitasi pihak yg kuat terhadap pihak yg lemah. Pihak yang kuat memiliki akses terhadap sumber daya sehingga menjadi sangat kaya, sementara pihak yg lemah tidak memiliki akses terhadap sumber daya sehingga menjadi sangat miskin. Oleh karena itu, masalah ekonomi muncul bukan karena sumber daya yang terbatas melainkan karena keserakahan manusia yang tidak terbatas.

2. Mazhab Mainstream

Mazhab ini justru setuju bahwa masalah ekonomi muncul karena sumber daya terbatas yang dihadapkan pada keinginan manusia yang tidak terbatas. Misalnya total permintaan dan penawaran beras diseluruh dunia berada pada titik ekuilibrium. Namun jika kita berbicara pada tempat dan waktu tertentu, maka sangat mungkin terjadi kelangkaan sumber daya. Hal ini sering terjadi suplai beras di Etiopia dan Bangladesh misalnya lebih langka dibandingkan di Thailand. Jadi, keterbatasan sumber daya memang ada, bahkan diakui pula oleh islam, sedangkan keinginan manusia yang tidak terbatas dianggap sebagai hal yg alamiah. Dalil nya adalah “bermegah-megahan telah melalaikan kamu sampai kamu masuk keliang kubur (QS At Takasur)

Jadi pandangan mazhab ini hampir tidak ada bedanya dengan konvensional. Letak perbedaannya dalam cara menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas versus keinginan manusia yang tidak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan atas keinginannya. Dari yg paling penting sampai yang paling tidak penting. Dalam ekonomi konvensional, pilihan dan penentuan skala prioritas dilakukan berdasarkan selera pribadi masing masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntutan agama boleh juga mengabaikannya. Dengan kata lain mempertuhankan hawa nafsunya. Nah di ekonomi islam keputusan pilihan tidak dapat dilakukan semaunya selalu dipandu oleh alquram dan hadist.

3. Mazhab Alternatif Kritis

Mazhab ini mengkritik kedua mazhab sebelumnya. Mazhab baqir dikritik sebagai mazhab yang berusaha untuk menemukan sesuatu yang baru yang sebenarnya sudah ditemukan oleh orang lain. Menghancurkan teori lama kemudian menggantinya dengan teori baru.

Mazhab mainstream dikritiknya sebagai jiplakan dari ekonomi neoklasik dengan menghilangkan variabel riba dan memasukkan variabel zakat dan niat.

Mazhab ini adalah mazhab yang kritis, mereka berpendapat analisis kritis bukan saja harus dilakukan terhadap sosialisme dan kapitalisme tetapi juga terhadap ekonomi islam itu sendiri. Mereka yakin islam pasti benar tetapi ekonomi islam belum tentu benar karena ekonomi islam adalah hasil tafsiran manusia atas alquran dan as sunnah, sehingga nilai kebenarannya tidak mutlak. Proposisi dan teori yang diajukan oleh ekonomi islam harus selalu diuji kebenarannya sebagaimana yang dilakukan terhadap ekonomi konvensional.

H. Prinsip Dasar Ekonomi Syariah dan Konvensional

1. Ekonomi Syariah

Prinsip ekonomi syariah secara garis besar mengajarkan bahwa harta bukanlah satu-satunya tujuan kehidupan di dunia, namun harta hanyalah fasilitas atau sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Banyak lagi prinsip dasar dalam ekonomi syariah yang lain. Dalam buku *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional* (2005) karya Eko Suprayitno, dijelaskan beberapa prinsip ekonomi islam, yaitu:

- Sumber daya dipandang sebagai amanah yang diberikan Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya harus bisa dipertanggungjawabkan di akhirat. Artinya, manusia harus menggunakan sumber daya untuk kegiatan yang bermanfaat, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.

- Kepemilikan pribadi tetap diakui. Namun, dalam batas-batas tertentu yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.
- Bekerja merupakan penggerak utama kegiatan ekonomi syariah. Islam menganjurkan manusia untuk bekerja dan berjuang untuk mendapatkan materi dengan berbagai cara, asalkan tetap mengikuti aturan yang telah ditetapkan dalam islam.
- Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang. Setiap orang harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya disalurkan untuk kepentingan orang banyak.
- Islam menjamin kebebasan individu. Namun kebebasan tersebut tidak boleh melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.
- Seorang muslim harus tunduk pada Allah SWT. Dengan begitu akan mendorong seorang muslim menjauhkan diri dari hal-hal yang berhubungan dengan keburukan.
- Zakat wajib dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab). Zakat adalah alat distribusi sebagian kekayaan orang yang ditujukan untuk orang miskin dan mereka yang membutuhkan.
- Islam melarang berbagai macam bentuk riba.
- Islam memperkenankan negara untuk mengatur masalah perekonomian.

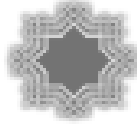
2. Ekonomi Konvensional

Prinsip ekonomi adalah panduan dalam kegiatan ekonomi untuk mencapai perbandingan rasional antara pengorbanan yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh atau berusaha dengan pengorbanan sekecil-kecilnya untuk memperoleh hasil tertentu

atau dengan pengorbanan tertentu ingin memperoleh hasil maksimal. Prinsip ekonomi berlaku dalam tiga kegiatan ekonomi yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

Menurut Profesor Gregory Mankiw ahli ekonomi dari Harvard University mengidentifikasikan ada 10 prinsip ekonomi yang dinilai merepresentasikan inti kebijakan ekonomi zaman sekarang. 10 prinsip ekonomi menurut Gregory Mankiw meliputi:

- Orang-orang menghadapi trade-off.
- Biaya adalah apa yang orang korbankan untuk mendapatkan sesuatu.
- Orang rasional berpikir pada batas-batas.
- Orang tanggap terhadap insentif.
- Perdagangan menguntungkan semua pihak.
- Pasar adalah tempat yang baik untuk mengorganisasikan kegiatan ekonomi.
- Pemerintah terkadang mampu meningkatkan hasil-hasil dari pasar.
- Standar hidup suatu negara bergantung pada kemampuannya menghasilkan barang dan jasa.
- Harga-harga meningkat jika pemerintah mencetak uang terlalu banyak.
- Masyarakat menghadapi trade-off jangka pendek antara inflasi dan pengangguran.



BAB II

PERMINTAAN, PENAWARAN DAN KESEIMBANGAN PASAR

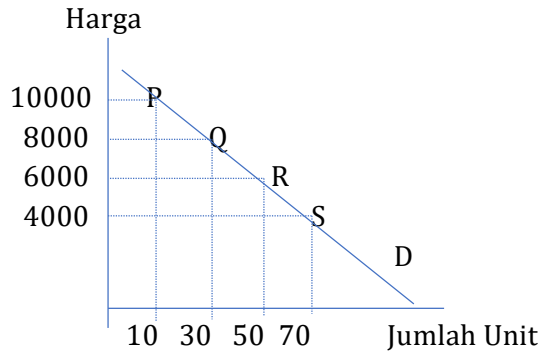
A. Teori Permintaan dan Kurva Permintaan

Pada prinsipnya, teori permintaan menjelaskan mengenai ciri hubungan antara jumlah permintaan suatu barang atau jasa dan harga barang atau jasa tersebut. Kurva Permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: makin rendahnya harga suatu barang maka makin banyaknya permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin rendahnya permintaan terhadap suatu barang tersebut, Contoh:

Keadaan	Harga (Rp)	Jumlah yang diminta (Unit)
P	10.000	10
Q	8.000	30
R	6.000	50
S	4.000	70

Salah satu keadaan ditabel tersebut adalah keadaan P yang menggambarkan bahwa pada harga Rp. 10.000 jumlah unit yang

diminta adalah 10 unit. Keadaan titik S yang menggambarkan bahwa pada harga Rp. 6.000 jumlah unit yang diminta adalah 50 unit.



Dalam menganalisis permintaan perlu disadari perbedaan antara dua istilah yaitu *permintaan* dan *jumlah barang yang diminta*. “permintaan” adalah keseluruhan dari kurva permintaan, jadi maksudnya permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan.

B. Penentu Permintaan

Beberapa Penentu Permintaan Permintaan terhadap suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang dominan berpengaruh antara lain adalah :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang terkait erat dengan barang tersebut
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
- d. Corak distribusi pendapatan di masyarakat
- e. Citarasa masyarakat
- f. Jumlah penduduk
- g. Ramalan / ekspektasi mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Merupakan hal yang relatif sulit apabila kita menganalisis pengaruh berbagai faktor tersebut terhadap permintaan suatu barang. Oleh karena itu, dalam menganalisis teori permintaan perlu untuk dibuat analisis yang lebih sederhana. Yang perlu menjadi pertimbangan penting adalah dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh harganya, sehingga dengan kata lain dalam teori permintaan yang utama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang terhadap harga barang tersebut. Hal tersebut diasumsikan bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau ceteris paribus. Tetapi asumsi ini tidak berarti bahwa kita dapat mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut. Setelah menganalisis hubungan antara jumlah permintaan dengan tingkat harga maka selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan kemudian menganalisis mengenai permintaan suatu barang yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya atau faktor selain harga. Dengan demikian dapat diketahui mengenai bagaimana permintaan terhadap suatu barang akan berubah apabila harga barang lain yang sejenis atau pendapatan masyarakat misalnya mengalami perubahan.

C. Teori Penawaran dan Kurva Penawaran

Teori Penawaran terutama menumpukkan perhatiannya kepada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan di antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang yang ditawarkan. Seperti ketika menganalisis kurva permintaan, menganalisis kurva penawaran perlu dibedakan di antara dua pengertian, yaitu: “penawaran” dan “jumlah barang yang di tawarkan”. Dalam analisis ekonomi, “penawaran” berarti keseluruhan kurva penawaran. Sedangkan “jumlah barang yang di tawarkan” berarti jumlah barang yang di tawarkan pada suatu tingkat harga tertentu.

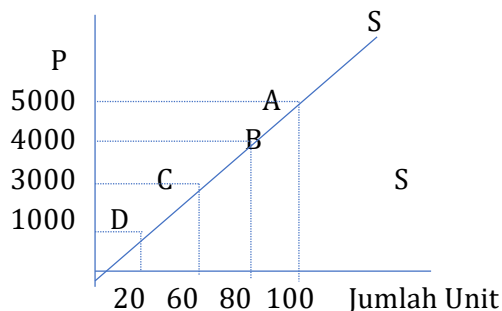
Hukum Penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual. Dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barang nya apabila harganya tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barangnya tersebut apabila harganya rendah. Hukum penawaran *pada dasarnya mengatakan bahwa: makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.*

Contoh:

Keadaan	Harga (rupiah)	Jumlah yang diminta
A	5.000	100
B	4.000	80
C	3.000	60
D	1.000	20

Salah satu keadaan ditabel tersebut adalah keadaan titik A yang menggambarkan bahwa harga Rp. 5.000 jumlah buku tulis yang diminta adalah 100 unit. Dan keadaan D yang menggambarkan bahwa harga Rp. 1.000 jumlah buku tulis yang diminta 20 unit.

Harga



D. Penentu Penawaran

Suatu permintaan belum merupakan syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi di dalam pasar. Permintaan yang ada hanya dapat dipenuhi apabila para penjual dapat menyediakan barang-barang yang dibutuhkan. Pertanyaan yang muncul adalah: bagaimana tingkah laku penjual dalam menyediakan atau menawarkan barang yang dibutuhkan masyarakat di pasar? Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi produksi dan penawaran barang yang akan dijual? Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai sifat hubungan antara harga dan penawaran serta faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran tersebut.

Perilaku penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor. Secara umum faktor-faktor tersebut antara lain adalah:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain (yang sejenis)
- c. Biaya produksi
- d. Teknologi

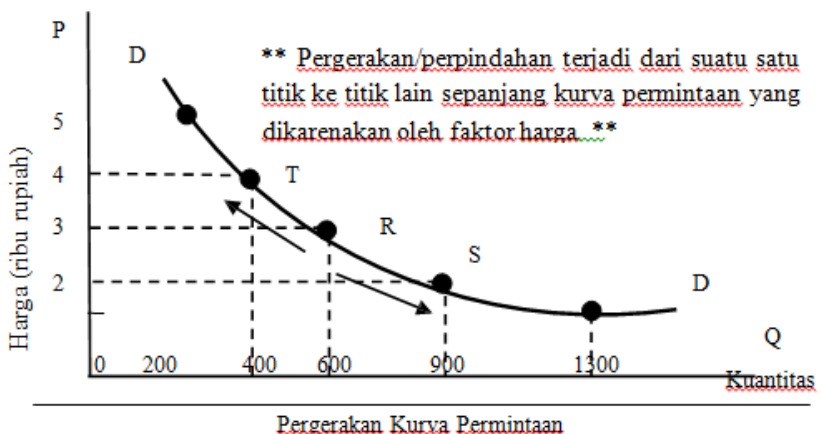
Untuk menganalisis penawaran, cara yang digunakan relatif sama dengan cara dalam menganalisis permintaan. Misalnya faktor-faktor yang lain tidak berubah (*ceteris paribus*), maka terlebih dahulu diperhatikan pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan penjual. Demikian pula selanjutnya untuk menganalisis faktor-faktor selain harga terhadap penawaran.

E. Pergerakan, Peregesean Kurva Permintaan dan Penawaran

1. Pergerakan Kurva Permintaan

Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun atau perubahan/pergerakan kurva permintaan terjadi dikarenakan oleh faktor harga. Misalnya DD adalah harga buku tulis dari Rp. 3.000 menjadi Rp. 2.000 telah

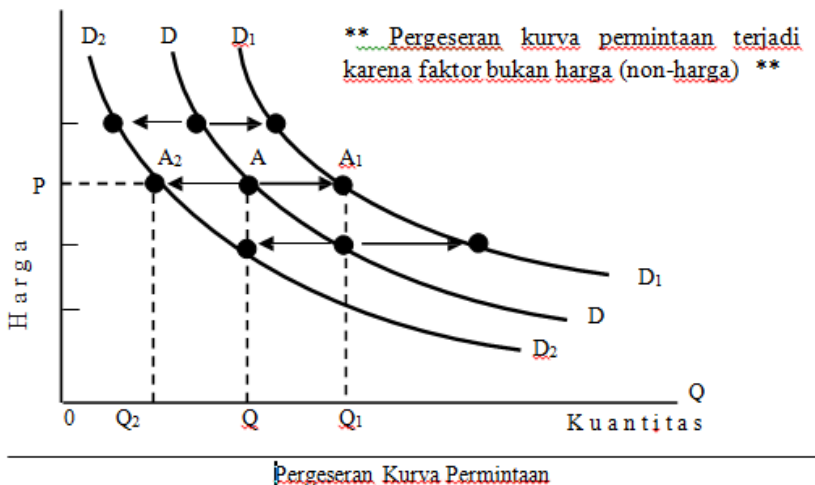
membuat jumlah permintaan meningkat dari 600 menjadi 900 unit. Kurva permintaan pasar terhadap buku tulis dan pada permulaan harga adalah Rp. 3.000 dan jumlah permintaan adalah 600 unit yang keadaan ini ditunjukkan pada titik R. Seterusnya, para produsen buku tulis menurunkan harga penjualan buku tulis menjadi Rp. 2.000 per buku, maka lihat keadaan pada titik R menjadi di titik S. Ini berarti penurunan Kenaikan harga mempengaruhi tingkat permintaan. Lihat jika harga buku tulis naik menjadi Rp. 4000 maka jumlah permintaan makin menurun dari 600 menjadi 400 unit yang keadaannya pada titik R menjadi T.



2. Pergeseran Kurva Permintaan

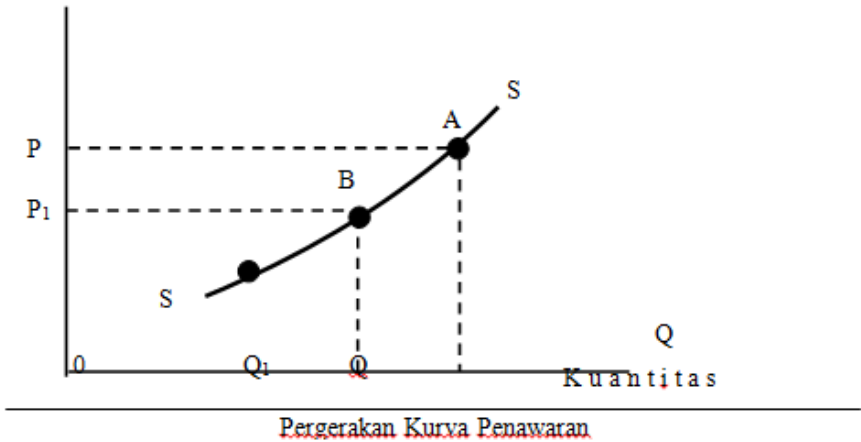
Pergeseran kurva permintaan ke kanan atau ke kiri terjadi apabila terdapat perubahan yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga seperti harga barang lain, pendapatan para pembeli, dan faktor lainnya. Misalnya bahwa pendapatan para pembeli mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan juga akan naik. Coba kita lihat pergeseran pada kurva DD menjadi $D_1 D_1$. Sekarang perhatikan titik A dan A_1 . Titik A menggambarkan bahwa pada harga P jumlah yang diminta adalah Q sedangkan titik A_1 menggambarkan bahwa

pada harga P , jumlah yang diminta adalah Q_1 . Dapat dilihat bahwa $Q_1 > Q$ dan berarti kenaikan pendapatan pada harga P , permintaan bertambah dari Q menjadi Q_1 . Contoh ini menunjukkan bahwa apabila kurva bergeser ke kanan maka itu menunjukkan adanya pertambahan permintaan. Sebaliknya, jika kurva bergeser ke kiri, misalnya menjadi D_2 D_2 menunjukkan bahwa permintaan berkurang. Lihat pada harga P dan jumlah barang yang diminta adalah Q_2 , keadaan ini ditunjukkan oleh titik A_2 .



3. Pergerakan Kurva Penawaran

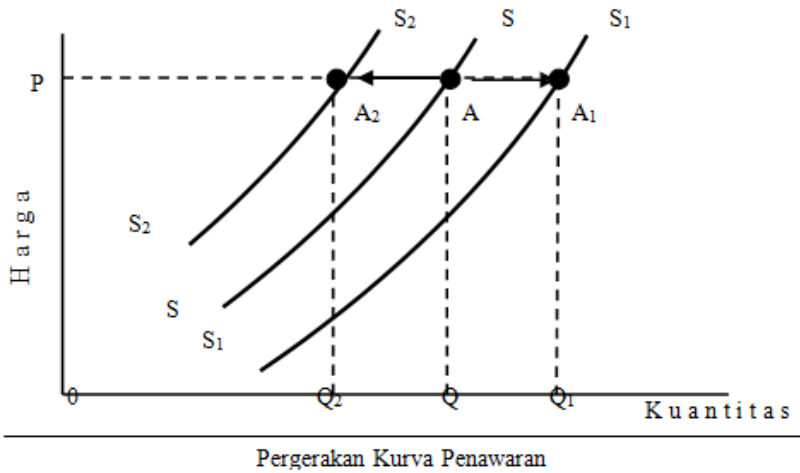
Perubahan sepanjang kurva penawaran berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun atau perubahan/pergerakan kurva penawaran terjadi dikarenakan oleh faktor harga. Misalnya kurva SS adalah kurva penawaran. Titik A menunjukkan bahwa pada waktu harga P dan jumlah barang yang ditawarkan adalah Q . Sekiranya harga turun menjadi P_1 , hubungan antara harga dan jumlah barang pindah ke titik B dan jumlah barang yang ditawarkan menjadi Q_1 .



4. Pergeseran Kurva Penawaran

Pergeseran kurva penawaran ke kanan atau kekiri terjadi apabila terdapat perubahan yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga seperti harga barang lain, biaya produksi, dan faktor lainnya. Misalnya, pergeseran kurva penawaran disebabkan oleh biaya produksi, ketika biaya produksi turun maka jumlah penawaran akan naik atau turun. Sekarang lihat kurva SS yang bergeser menjadi S1 S1 atau S2 S2. Kurva SS bergeser ke kanan menjadi kurva S1 S1 menyebabkan jumlah penawaran bertambah dari Q menjadi Q1 walaupun harga tetap P. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik A1. Dan pergeseran kurva SS menjadi kurva S2 S2 menggambarkan pengurangan jumlah penawaran.

Keadaan ini ditunjukkan oleh A2 yang dimana jumlah permintaan Q bergeser ke kiri menjadi Q2.



F. Konsep Permintaan Dalam Ekonomi Islam

Konsep permintaan dalam islam menilai suatu komoditi (barang atau jasa) tidak semuanya bisa dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara yang halal dengan yang haram .Oleh karena itu, dalam teori permintaan Islami membahas permintaan barang halal, sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi dan digunakan. QS. Al Maidah: 87-88

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang telah dihalalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas“(87). “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang telah dihalalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas“(88).

Menurut Ibnu Taimiyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fil al-syai*. Yang diartikan sebagai Jumlah barang yang diminta.secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada batasan batasan tertentu yang harus diperhatikan oleh

individu muslim dalam keinginannya. Islam mengharuskan untuk mengkonsumsi barang yang halal lagi thoyyib. Aturan Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh pada kesehatan muslim tersebut. Selain itu, dalam ajaran Islam orang yang mempunyai banyak uang tidak diperbolehkan membelanjakan uangnya semau hatinya. Batasan anggaran belum cukup untuk membatasi konsumsi. Batasan lain yang perlu diperhatikan adalah seorang muslim tidak boleh berlebihan (ishrof), dan harus mengutamakan kebaikan (masalah) islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, kemubadziran. Bahkan Islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nishab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infaq, dan shodaqoh.

Perbedaan konsep ekonomi Islam dengan konvensional terhadap teori permintaan

Definisi dan factor-faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan, antara permintaan konvensional dan islam mempunyai kesamaan. Ini dikarenakan bahwa keduanya merupakan hasil dari penelitian kenyataan di lapangan (empiris) dari tiap-tiap unit ekonomi. Namun terdapat perbedaan yang mendasar diantara keduanya, diantaranya:

1. Perbedaan utama antara kedua teori tersebut tentunya adalah mengenai sumber hukum dan adanya batasan syariah dalam teori permintaan islami. Permintaan islam berprinsip pada entitas utamanya yaitu islam sebagai pedoman hidup yang langsung dibimbing oleh Allah SWT. Permintaan islam secara jelas mengakui bahwa sumber ilmu tidak hanya berasal dari pengalaman berupa data-data yang kemudian mengkristal menjadi teori-teori, tetapi juga berasal dari firman-firman Tuhan (relevation), yang menggambarkan bahwa ekonomi

- islam didominasi oleh variable keyakinan religi dalam mekanisme sistemnya.
2. Sementara itu dalam ekonomi konvensional filosofi dasarnya terfokus pada tujuan keuntungan dan materialisme. Hal ini wajar saja karena sumber inspirasi ekonomi konvensional adalah akal manusia yang tergambar pada daya kreatifitas, daya olah informasi dan imajinasi manusia. Padahal akal manusia merupakan ciptaan Tuhan, dan memiliki keterbatasan bila dibandingkan dengan kemampuan.
 3. Konsep permintaan dalam islam menilai suatu komoditi tidak semuanya bias untuk dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara yang halal maupun yang haram. Allah telah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 87-88 : 4
 4. "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.
 5. Oleh karenanya dalam teori permintaan islam membahas permintaan barang halal, barang haram, dan hubungan antara keduanya. Sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi atau digunakan.
 6. Dalam motif permintaan islam menekankan pada tingkat kebutuhan konsumen terhadap barang tersebut sedangkan motif permintaan konvensional lebih didominasi oleh nilai-nilai kepuasan (interest). Konvensional menilai bahwa egoisme merupakan nilai yang konsisten dalam mempengaruhi seluruh aktivitas manusia.
 7. Permintaan islam bertujuan mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan akhirat (falah) sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan yang abadi setelah kematian yaitu

kehidupan akhirat, sehingga anggaran yang ada harus disisihkan sebagai bekal untuk kehidupan akhirat.

G. Konsep Penawaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Membahas teori penawaran Islami, kita harus kembali kepada sejarah penciptaan manusia. Bumi dan manusia tidak diciptakan pada saat yang bersamaan. Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi keperluan manusia, larangan yang harus dipatuhi adalah "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi". Larangan ini tersebar di banyak tempat dalam Al-Qur'an dan betapa Allah sangat membenci mereka yang berbuat kerusakan di muka bumi.

Secara umum tidak banyak perbedaan antara teori permintaan konvensional dengan Islami sejauh hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Bahkan bentuk kurva secara umum pada hakekatnya sama. Satu aspek penting yang memberikan suatu perbedaan dalam perspektif ini kemungkinan besar berasal dari landasan filosofi dan moralitas yang didasarkan pada premis nilai-nilai Islam.

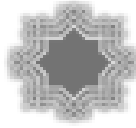
Yang pertama adalah bahwa Islam memandang manusia secara umum, apakah sebagai konsumen atau produsen, sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai. Nilai-nilai yang paling pokok yang didorong oleh Islam dalam kehidupan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi (zuhud) dan ekonomis (iqtishad). Inilah nilai-nilai yang seharusnya menjadi trend gaya hidup Islamic man. Yang kedua adalah norma-norma Islam yang selalu menemani kehidupan manusia yaitu halal dan haram. Produk-produk dan transaksi pertukaran barang dan jasa tunduk kepada norma ini. Hal-hal yang diharamkan atas manusia itu pada

hakekatnya adalah barang-barang atau transaksi-transaksi yang berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya.

Namun demikian, bahaya yang ditimbulkan itu tidak selalu dapat diketahui dan dideteksi oleh kemampuan indrawi atau akal manusia dalam jangka pendek. Sikap yang benar dalam menghadapi persoalan ini adalah kepatuhan kepada diktum disertai pencarian hikmah di balik itu. Dengan kedua batasan ini maka lingkup produksi dan pada gilirannya adalah lingkup penawaran itu sendiri dalam ekonomi Islam menjadi lebih sempit dari pada yang dimiliki oleh ekonomi konvensional. Dengan demikian terdapat dua penyaringan (filtering) yang membuat wilayah penawaran (domain) dalam ekonomi Islam menyempit yaitu filosofi kehidupan Islam dan norma moral Islam.

Dalam perspektif ekonomi Islam, manusia diinjeksi dengan norma moral Islam sehingga nafsu untuk memenuhi keinginannya tidak selalu dipenuhi. Demikian juga cara untuk memenuhi keinginan tersebut senantiasa dikaitkan dengan norma moral Islam yang selalu menemaninya ke mana saja dan di mana saja. Karena itu, semua barang dan jasa yang diproduksi dan ditawarkan ke pasar mencerminkan kebutuhan riil dan sesuai dengan tujuan syariah itu sendiri (maqoshidu syariah). Dalam perspektif ini tidak dimungkinkan produksi barang yang tidak berguna secara syar'i. Kedua rasionalitas. Asumsi kedua ini merupakan turunan dari asumsi yang pertama. Jika ilmu ekonomi konvensional melihat bahwa manusia adalah economic man yang selalu didorong untuk melampaikan keinginannya dengan cara apapun, maka asumsi rasionalitas merupakan ruhnya yang mengilhami seluruh usahanya dalam rangka memenuhi keinginannya tersebut. Selama manusia menguras tenaga dan pikirannya untuk memenuhi keinginannya dengan cara apapun, ia adalah makhluk rasional. Ketika produsen berusaha memaksimalkan keuntungan, dengan mengabaikan tanggung jawab sosial,

ia adalah makhluk rasional dan tidak perlu dikhawatirkan. Begitu juga dengan konsumen yang ingin memaksimalkan nilai guna (utility) ketika membeli suatu produk, maka ia berjalan pada jalur rasionalitas dan hal itu secara ekonomi adalah baik.



BAB III

SURPLUS DAN KESEIMBANGAN PASAR

A. Surplus Konsumen Dan Produsen

Surplus konsumen adalah keuntungan yang diperoleh konsumen karena membayar harga yang lebih rendah dari harga yang dapat mereka bayar. Atau selisih antara jumlah yang konsumen sedia bayarkan dengan yang harus dibayar. Surplus produsen merupakan keuntungan yang diperoleh produsen karena memperoleh harga yang lebih tinggi dari harga produsen bersedia untuk menjual. Atau selisih antara jumlah yang diterima dengan yang mereka harapkan untuk dibayar.

Surplus adalah keuntungan atas kelebihan dari yang diperkirakan. Konsumen mengalami surplus apabila harga yang dibayarkannya untuk mendapatkan sejumlah komoditi lebih rendah dari yang diperkirakan atau dari yang mampu dibayarkannya. Surplus Produsen terjadi jika harga yang disepakati dengan konsumen lebih tinggi dari harga yang seharusnya ia berikan pada konsumen. Surplus terbagi menjadi dua yaitu surplus nominal dan surplus dan riel. Surplus nominal adalah keuntungan kotor yang diperoleh konsumen atau produsen. Konsumen untung karena

membayar kurang dari seharusnya dan produsen untung karena menerima lebih dari yang seharusnya.

Konsumen dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu:

- a. Kelompok konsumen supermarginal, yaitu konsumen yang kemampuan belinya di atas rata-rata harga pasar. Konsumen ini menganggap bahwa membeli adalah salah satu bagian dari pameran kekayaan.
- b. Kelompok konsumen marginal, yaitu konsumen yang kemampuan belinya sama dengan harga pasar. Kelompok ini adalah konsumen yang paling rasional.
- c. Kelompok konsumen submarginal, yaitu konsumen yang kemampuan belinya di bawah harga pasar. Konsumen ini adalah yang paling realistis dalam membelanjakan uangnya.

Kelompok produsen dibagi dalam 3 kelompok yaitu:

- a. Kelompok penjual supermarginal, yaitu penjual yang berani menjual produknya di bawah harga pasar. Produsen ini memproduksi komoditi sebanyak-banyaknya lalu menjualnya dengan harga yang semurah- mudahnya tapi masih menguntungkan.
- b. Kelompok penjual marginal, yaitu produsen yang hanya mampu menjual produknya sama dengan harga pasar.
- c. Kelompok penjual submarginal, yaitu kelompok produsen yang sanggup menjual produknya di atas harga pasar

Konsumen mendapatkan surplus bila harga yang diperkirakannya lebih tinggi dari harga keseimbangan pasar. Besarnya surplus bergantung pada berapa banyak jumlah kuantitas yang akan dibeli di kalikan dengan selisih harga. Produsen akan mendapatkan surplus jika harga jual produknya lebih rendah dari harga yang mampu dibeli oleh konsumen dalam kondisi keseimbangan pasar.

B. Cara Menentukan Surplus Konsumen dan Surplus Produsen Secara Matematika dan Grafik

Surplus Konsumen

Contoh : Fungsi permintaan dari suatu produk adalah $P_d = 120 - 4Q$, dimana P adalah harga per unit produk dan Q adalah jumlah produknya.

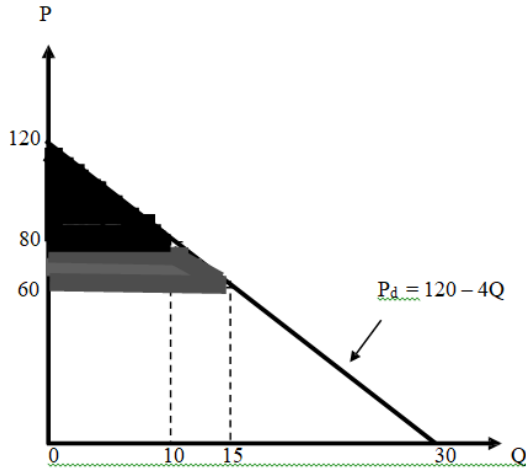
- Hitunglah besarnya surplus konsumen jika harga pasarnya adalah Rp. 80 harga per unit!
- Jika harga pasarnya turun dari Rp. 80 menjadi Rp. 60 per unit hitunglah surplus konsumen yang baru!

Penyelesaian :

Persamaan $P_d = 120 - 4Q$ bila di gunakan akan menjadi seperti pada gambar di bawah ini. Jika harga produk Rp 80, maka jumlah yang diminta 10 unit dan bila harganya turun Rp. 60, maka jumlah diminta menjadi 10 unit.

- Besarnya surplus konsumen jika harga pasar Rp. 80 adalah luas area segitiga di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga Rp. 80 yaitu sebesar $\{(120 - 80) \times (10)\}/2 = \text{Rp}200$.
- Jika harga pasar turun menjadi Rp 60, maka besarnya surplus konsumen adalah luas area segitiga di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga Rp 60 yaitu sebesar

$$\{(120 - 60) \times (15)\}/2 = \text{Rp} 450$$



Gambar 3.1. Surplus Konsumen dengan Harga Rp 60 dan Rp 80

Surplus Produsen

Contoh : Fungsi penawaran dari suatu produk adalah $P_s = 15 + 3Q$ dimana P adalah harga per unit produk dan Q adalah jumlah produk yang di jual.

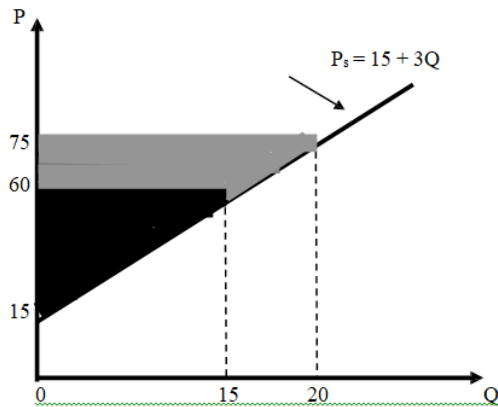
- Hitunglah besarnya surplus produsen, jika harga pasarnya adalah Rp 60 per unit!
- Jika harga pasarnya naik dari Rp 60 menjadi Rp75 per unit. Hitunglah surplus produsen yang baru!

Penyelesaian :

Persamaan $P_s = 15 + 3Q$ bila di gambarkan akan menjadi seperti pada gambar di bawah ini. Jika harga produk Rp 60 maka jumlah yang di minta 15 unit, dan bila harganya naik Rp 75 maka jumlah yang diminta menjadi 15 unit.

- Besarnya surplus produsen (PS) jika harga pasar Rp 60 adalah luas area segitiga atau kurva penawaran dan di bawah garis harga Rp 60 $\{(60 - 15) \times 15\}/2 = \text{Rp } 337,50$.
- Besarnya surplus produsen (PS) jika harga pasar naik menjadi Rp 75 adalah luas area segitiga di atas kurva

penawaran di bawah garis harga Rp 75 yaitu sebesar $\{(75 - 15) \times 20\} / 2 = \text{Rp } 550$.



Gambar 3. 2. Surplus Produsen dengan Harga Rp 60 dan Rp 80

Surplus Total

Surplus total adalah penjumlahan antara surplus konsumen dan surplus produsen. Berdasarkan definisi di atas maka secara matematika surplus total rumusnya dapat di tulis menjadi,

$$TS = CS + PS$$

Dimana: TS = Surplus total, CS = Surplus konsumen, PS = Surplus produsen.

Surplus Total = Nilai manfaat bagi pembeli – Nilai biaya bagi penjual

Contoh : Fungsi permintaan dari suatu produk adalah $P_d = 120 - 4Q$ dan fungsi penawarannya adalah $P_s = 15 + 3Q$, di mana P adalah harga per unit produk dan Q adalah jumlah produk yang dibeli dan dijual. Hitunglah besarnya surplus totalnya!

Penyelesaiannya:

Untuk menghitung besarnya surplus total langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Terlebih dahulu harus mencari harga dan jumlah keseimbangan pasar.

Syarat keseimbangan pasar adalah $P_d = P_s$, sehingga

$$120 - 4Q = 15 + 3Q$$

$$-4Q - 3Q = 15 - 120$$

$$-7Q = -105$$

$$Q = 105/7 = 15$$

Untuk memperoleh nilai P Subtitusikan nilai $Q = 15$ ke salah satu fungsi permintaan atau penawaran. Dalam soal ini kita subtitusikan ke dalam persamaan permintaan dan hasilnya adalah,

$$P = 120 - 4(15) = 120 - 60 = 60$$

Jadi nilai keseimbangan pasarnya adalah E (15, 60).

- b. Menghitung besarnya surplus konsumen dan surplus produsen
Besarnya surplus konsumen (CS) Jika harga keseimbangan pasar Rp 60, adalah luas area segitiga di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga Rp 60 yaitu sebesar $\{(120 - 60) \times (15)\}/2 = \text{Rp } 450$, sedangkan besarnya surplus produsen (PS) jika harga keseimbangan pasar Rp 60 adalah luas area segitiga atau kurva penawaran dan di bawah garis harga Rp 60 $\{(60 - 15) \times 15\}/2 = \text{Rp } 337,50$.
- c. Menjumlahkan nilai surplus konsumen dan surplus produsen. Jadi, nilai dari total surplus, $TS = \text{Rp } 450 + \text{Rp } 337,50 = \text{Rp } 787,50$.

C. Pajak, Subsidi dan Keseimbangan Pasar

Pajak

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar

pengeluaran umum. Terdapat jenis-jenis pajak antara lain pajak penghasilan (PPH), pajak bumi dan bangunan (PBB), pajak pertambahan nilai (PPN). Untuk itu perlu diketahui pengertian dari pajak.

Jenis-Jenis Pajak

Menurut Waluyo Pajak Penghasilan adalah dikategorikan sebagai pajak pusat tetapi ditinjau dari sifatnya sebagai pajak subjektif. Menurut UU No. 17 tahun 2000 yang didalam buku H. Bohari, Pajak Penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak dari manapun asalnya yang dapat dipergunakan untuk dikonsumsi atau menambah kekayaan pajak tersebut. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa pajak penghasilan adalah setiap tambahan ekonomis yang diterima atau diterima wajib pajak baik berasal dari Indonesia atau tidak yang dipakai konsumsi atau tidak.

Menurut Richard bahwa “ Pajak Pertambahan Nilai adalah termasuk dalam golongan pajak yang dikenakan atas konsumsi suatu barang ataupun jasa tertentu di daerah pabean Indonesia. Menurut M. Djafar bahwa Pajak Pertambahan Nilai adalah merupakan atau diantara dua jenis pajak yang diatur dalam UU PPN. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa pajak pertambahan nilai adalah pajak yang termasuk pajak yang dalam konsumsi ataupun jasa tertentu di daerah pabean dan begitu juga barang yang diproduksi di daerah pabean Indonesia tetapi tidak dikonsumsi atau diekspor dikenakan pajak tetapi sebesar 0%.

Menurut H. Bohari bahwa Pajak Bumi dan Bangunan adalah pajak yang dikenakan atas harta tak bergerak maka yang dipentingkan adalah objeknya dan oleh karena itu keadaan atau status orang atau badan yang dijadikan subjek tidak begitu penting dan tidak mempengaruhi besarnya pajak. Menurut M. Djafar Pajak Bumi dan bangunan adalah permukaan bumi dan tubuh bumi yang ada dibawahnya san

konstruksi teknik yang ditanam atau dilekatkan secara tetap pada tanah dan atau pada perairan yang diperuntukan sebagai tempat tinggal atau tempat usaha. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa pajak bumi dan bangunan merupakan pada jenis pajak objektif yang bersifat kebendaan yang dapat diartikan bahwa pengenaannya tidak memandang kepada kemampuan atau daya pikul subjeknya tetap didasarkan pada wujud benda yang menjadi objek PBB.

Sedangkan menurut Dani Iskandar, dkk, pajak persentase atau pajak proporsional adalah pajak yang dikenakan terhadap suatu barang yang diperhitungkan sebesar presentase (%) yang tetap dari hasil penerimaannya. Pajak persentase dituliskan sebesar % maka harga penawarannya akan bertambah sebesar $t\%$ dari harga penawaran sebelumnya. Jika harga penawaran sebelum pajak adalah $P = f(Q)$ dan ada pajak sebesar $t\%$, maka harga penawaran setelah pajak adalah $P' = (100 + t)\%$. Untuk menentukan pajak per unit setelah kena pajak sebesar $t\%$ adalah :

$$t \text{ per unit} = t\% (P) = \frac{t\%}{(1-t)\%} \times P$$

Fungsi penawaran sebelum pajak adalah

$$P = F(Q)$$

Fungsi penawaran setelah pajak adalah

$$P = F(Q) + t$$

Subsidi

Seperti yang telah kita ketahui bahwa dengan adanya subsidi yang diberikan pemerintah kepada masyarakat akan menyebabkan ongkos produksi yang dikeluarkan oleh produsen menjadi lebih rendah dari pada ongkos produksi sebelum adanya atau tanpa adanya subsidi.

Menurut Dani Iskandar dkk, pengertian subsidi adalah bantuan yang diberikan pemerintah kepada produsen

sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pemerintah dengan harga lebih murah daripada harga semula.

Dengan adanya subsidi yang bersifat spesifik atas suatu barang (s) maka kurva penawaran akan bergeser sejajar ke bawah, dengan penggal yang lebih kecil (lebih rendah) dari sumbu harga, sedangkan grafik fungsi permintaannya tidak terpengaruh dengan adanya subsidi.

Fungsi penawaran sebelum subsidi adalah : $P = F(Q)$

Fungsi penawaran sesudah subsidi adalah : $P = F(Q) - s$

Besarnya subsidi yang diberikan oleh pemerintah adalah : $S = sQ$

Dimana

S = Jumlah subsidi

Q = Jumlah produk setelah subsidi

S = Subsidi per unit produk

Keseimbangan Pasar

Harga keseimbangan atau price equilibrium akan terjadi pada saat demand atau permintaan ketemu dengan penawaran atau supply. Disebut harga keseimbangan adalah harga dimana pada harga tersebut telah terjadi keseimbangan jumlah barang yang dibeli dengan jumlah barang yang dijual.

Menurut Sri Endang Rahayu, dkk, keseimbangan pasar adalah keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Menurut Sri Endang Rahayu, dkk, keseimbangan harga adalah harga dimana konsumen dan produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah barang yang dijual atau di konsumsi. Secara matematis hal ini ditunjukkan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Q_d = Q_s$$

Jika harga dibawah harga keseimbangan, terjadi kelebihan permintaan atau excess demand. Karena permintaan akan meningkat dan penawaran akan berkurang. Sebaliknya jika harga di atas harga keseimbangan, terjadi kelebihan penawaran atau excess supply. Karena jumlah penawaran meningkat maka jumlah permintaan menurun.

Contoh :

Diketahui : Fungsi permintaan : $D = q = 16 - 4p$

Fungsi penawaran : $S = q = 2p - 2$

Cari quantity dan harga keseimbangan

Jawab : Syarat harga keseimbangan adalah $Q_d = Q_s$

$$16 - 4p = 2p - 2$$

$$-4p - 2p = -16 - 2$$

$$-6p = -18$$

$$p = \frac{-18}{-6} = 3$$

maka $Q_d = 16 - 4p$

$$= 16 - 4 / (3) = 4$$

Atau $Q_s = 2p - 2$

$$= 2 (3) / 2 = 4$$

D. Tas'ir (Penetapan Harga Dalam Islam)

1. Pengertian Tas'ir

Di dalam buku Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq yang ditulis oleh Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, di terbitkan oleh Daarul Fath Lil I'Lamil Arabi, dan di terjemahkan oleh Ahmad Tirmidzi, Lc, Futuhal Arifin, Lc, dan Farhan Kurniawan Lc bahwa Tas'ir adalah penetapan harga baru bagi barang yang akan di jual (komoditi) dengan ketentuan bahwa si pemilik barang tidak merasa terzhalmi dan si pembeli tidak merasa keberatan.

Didalam buku Fiqih Muamalah yang di tulis oleh DR. H. Nasrun Haroen, MA, yang di terbitkan oleh Gaya Media Pratama Jakarta bahwa pengertian Tas'ir secara etimologi kata at-tas ir seakar dengan kata as-sir'r yang bearti penetapan harga. Sedangkan al- jabari bearti secara paksa. Dalam fiqih islam , ada dua istilah yang berbeda yang menyangkut harga suatu barang, yaitu ats-tsaman dan as-si'r. ats-tsaman, menurut para ulama figh dalam patokan harga satuan barang, sedangkan as-si'r adalah harga yang berlaku secara actual di pasar. Lebih lanjut, ulama figh menyatakan bahwa fluktuasi harga suatu komoditi berkaitan erat dengan as-si'r, bukan ats-tsaman.

Para ulama fiqh membagi as-sir itu kepada dua macam, yaitu:

1. Harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan dan ulah para pedagang. Dalam harga seperti itu, para pedagang bebas menjual barangnya sesuai dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami ini, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus seperti ini boleh membatasi hak para pedagang.
2. Harga suatu komoditi yang di tetapkan pemerintah setelah mempertrimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat. Penetapan harga dari pemerintah ini di sebut dengan at-tas'ir al-jabari.

Menurut Abd al-karim Usman, pakar Fiqh dari Mesir, dalam perilaku ekonomi, harga suatu komoditi akan stabil apabila stock barang tersedia barang di pasar, karena antara penyediaan barang dan dengan permintaan konsumen terdapat keseimbangan. Akan tetapi, apabila barang yang tersedia sedikit, sedangkan permintaan konsumen banyak, maka dalam hal ini akan terjadi fluktuasi harga. Dalam keadaan yang di sebutkan terakhir ini, menurutnya, pihak pemerintah tidak boleh ikut campur dalam masalah harga itu. Cara yang boleh menstabilkan harga itu adalah

pemerintah berupaya menyediakan komoditi di maksud dan menyesuaikan dengan permintaan pasar. Sebaliknya, apabila stock barang banyak di pasar, tetapi harga tetap melonjak naik, maka pihak pemerintah perlu melakukan pengawasan yang ketat. Apabila kenaikan harga ini di sebabkan ulah para pedagang. Misalnya dengan melakukan penimbunan barang dengan tujuan menjualnya setelah melonjaknya harga (ikhtikar), maka dalam kasus seperti ini pemerintah berhak untuk menetapkan harga penetapan harga ini, dan fiqh, di sebut dengan *at-tas'ir al-jabari*.

Konsep harga islam juga banyak menjadi daya tarik bagi para pemikir Islam dengan menggunakan kondisi ekonomi di sekitarnya dan pada massanya, pemikir tersebut adalah sebagai berikut ;

a. *Konsep Harga Abu Yusuf*

Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al- Rasyid. Ia menulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam yang berjudul Kitab *al-Kharaj*. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Beliau memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Beliau jugalah yang mengajukan pertama kali tentang teori permintaan dan persediaan (*demand and supply*) dan pengaruhnya terhadap harga.³¹ Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah, ketika terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi, sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah. Abu Yusuf mengatakan: "Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga dengan mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Kadangkang makanan sangat sedikit tetapi murah." Pandangan Abu Yusuf di atas menunjukkan adanya

hubungan negatif antara persediaan (*supply*) dengan harga. Hal ini adalah benar bahwa harga itu tidak tergantung pada supply itu sendiri, oleh karena itu berkurangnya atau bertambahnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan bertambah atau berkurangnya dalam penawaran. Dalam hal ini, Abu Yusuf tampaknya menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara permintaan dengan harga. Pada kenyataannya harga tidak tergantung pada penawaran saja tetapi juga permintaan. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi akan tetapi beliau tidak menjelaskan secara rinci. Dalam analisis ekonomi pada masalah pengendalian harga (*tas'ir*). Abu Yusuf menentang penguasa yang menetapkan harga. Menurutnya harga merupakan ketentuan Allah. Maksudnya adalah harga akan terbentuk sesuai dengan hukum alam yang berlaku disuatu tempat dan waktu tertentu sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu sendiri. Pendapat Abu Yusuf ini relevan pada pasar persaingan sempurna dimana banyak penjual dan banyak pembeli sehingga harga ditentukan oleh pasar.

b. Konsep Harga Al Ghazali

Seperti halnya para cendekiawan muslim terdahulu, perhatian Al Ghazali terhadap kehidupan masyarakat tidak terfokus pada satu bidang tertentu tetapi meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Ia melakukan studi keislaman secara luas untuk mempertahankan ajaran agama Islam. Perhatiannya di bidang ekonomi terkandung dalam ilmu fiqhnya karena pada hakikatnya, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari fiqh Islam. Pemikiran sosio ekonomi Al Ghazali berakar pada sebuah konsep yang dia sebut sebagai "fungsi kesejahteraan sosial Islami". Tema yang menjadi pangkal seluruh karyanya adalah konsep maslahat atau kesejahteraan bersama sosial atau utilitas (kebaikan bersama), yakni sebuah konsep yang mencakup semua aktivitas manusia dan membuat kaitan erat antara individu dengan masyarakat. Proses evolusi pasar merupakan teori yang dikemukakan oleh Al Ghazali. Al Ghazali dengan nama

lengkapnya Abu Hamid Al Ghazali sebagai ahli tasawuf mengajukan pandangan dan mulai berpikir tentang pasar. Pandangannya ia jabarkan dengan rinci, bahwa peran aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Bagi Al Ghazali merupakan bagian dari “keteraturan alami” (natural order). Menurut Al-Ghazali hukum alam adalah segala sesuatu, yakni sebuah ekspresi berbagai hasrat yang timbul dari diri sendiri untuk saling memuaskan kebutuhan ekonomi. Begitu pula dengan pendapat Al Ghazali mengenai pasar merupakan keteraturan alami (*natural order*), yaitu harga di pasar akan terbentuk secara alami sesuai dengan faktor- faktor yang mempengaruhi harga, dan pendapat Al Ghazali ini lebih cocok pada pasar persaingan sempurna. Al -Ghazali menjelaskan secara eksplisit mengenai perdagangan regional, bahwa: “Praktek-praktek ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang yang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat dan makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota yang mungkin tidak mempunyai alat-alat yang dibutuhkan, dan ke desa-desa yang mungkin tidak memiliki semua bahan makanan yang dibutuhkan. 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 mendapatkan keuntungan dan makan oleh orang lain juga” Walaupun Al Ghazali tidak menjelaskan konsep permintaan dan penawaran dalam terminologi modern. Terdapat banyak bagian dari bukubukunya yang berbicara mengenai harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep ini kemudian dikenal sebagai al-tsaman al-adl (harga yang adil) dikalangan ilmuwan Muslim atau equilibrium price (harga keseimbangan) dikalangan ilmuwan Eropa kontemporer. Sejalan dengan konsep permintaan dan penawaran, menurutnya untuk kurva penawaran “naik dari kiri naik ke bawah kanan atas”

dinyatakan sebagai “ jika petani tidak mendapatkan pembeli dan barangnya, maka ia akan menjual pada harga yang lebih murah”.

Sementara untuk kurva permintaan yang “turun dari kiri atas ke kanan bawah” dijelaskan sebagai “harga dapat diturunkan dengan mengurangi permintaan” Seperti halnya pemikir lain pada masanya, Al Ghazali juga berbicara tentang harga yang biasanya langsung dihubungkan dengan keuntungan. Keuntungan belum secara jelas dikaitkan dengan pendapatan dan biaya. Bagi Al Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, risiko bisnis, dan ancaman diri keselamatan si pedagang. Walaupun ia tidak setuju dengan keuntungan yang berlebih untuk menjadi motivasi pedagang bagi Al Ghazali keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak. Adapun keuntungan normal merutnya adalah berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang.

c. Konsep Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah menjelaskan mengenai mekanisme pertukaran, ekonomi pasar bebas, dan bagaiman kecenderungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun harga akan naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil. Hal ini terjadi karena pada masanya ada anggapan bahwa penigkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan dari melanggar hukum dari pihak penjual, atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Ibnu Taimiyah berkata: “Naik dan turunnya harga tak selalu berkaitan dengan kezaliman (zulm) yang dilakukan seseorang. Sesekali alasannya adalah adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. Jika membutuhkan peningkatan jumlah barang sementara kemampuannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik. Di sisi lain, jika kemampuan penyediaan barang

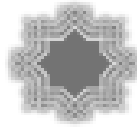
meningkat dan permintaannya menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Bisa saja berkaitan dengan sebab yang takmelibatkan ketidakadilan. Atau sesekali bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha besar Allah yang menciptakan kemauan pada hatimanusia. (Ibnu Taimiyah, Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Di sisi lain, Ibnu Taimiyah mengidentifikasi beberapa faktor lain yang menentukan permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga pasar, yaitu: 1) Keinginan masyarakat (raghbah) terhadap berbagai jenis barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Perubahan ini sesuai dengan langka atau tidaknya barang-barang yang diminta. Semakin sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati masyarakat. 2) Jumlah para peminat (tullab) terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang tersebut akan semakin meningkat, dan begitu pula sebaliknya. 3) Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang serta besar atau kecilnya tingkat dan ukuran kebutuhan. Apabila kebutuhan besar dan kuat, harga akan naik. Sebaliknya jika kebutuhan kecil dan lemah harga akan turun. 4) Kualitas pembeli. Jika pembeli adalah seorang yang kaya dan terpercaya dalam membayar utang, harga yang diberikan lebih rendah. Sebaliknya, harga yang diberikan lebih tinggi jika pembeli adalah seorang yang sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran utang serta mengingkari utang. 5) Jenis uang yang digunakan dalam transaksi. Harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang yang umum dipakai (naqd ra'ij) daripada uang yang jarang dipakai. 6) Tujuan transaksi yang menghendaki adanya kepemilikan resiprokal diantara kedua belah pihak. Harga suatu barang yang telah tersedia di pasaran lebih rendah daripada harga suatu barang yang belum ada di pasaran. Begitu pula halnya harga

akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai daripada pembayaran dilakukan secara angsuran. 7) Besar kecilnya biaya harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh produsen atau penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitu pula sebaliknya. Jika transaksi telah berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada tetapi harga tetap naik, menurut Ibnu Taimiyah ini merupakan kehendak Allah. Maksudnya pelaku pasar bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan harga tetapi ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi harga, yang dalam hal ini dapat disebut dalam hukum alam dalam proses jual beli.

d. Konsep Harga Ibnu Khaldun

Dalam karyanya yang berjudul *al muqoddimah* pada bab yang berjudul “harga di kota-kota” ia membagi jenis barang menjadi barang kebutuhan pokok dan mewah. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya akan bertambah banyak, maka harga-harga kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas pengadaannya. Akibatnya penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaannya akan meningkat sejalan dengan berkembangnya kota dan berubahnya gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah akan meningkat. Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah. Mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan menurut Ibnu Khaldun, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan. Setelah itu pada sisi penawaran, ia menjelaskan pula pengaruh meningkatnya biaya produksi karena pajak dan pungutan-

pungutan lainnya di kota tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Ibnu Khaldun, sebagaimana Ibnu Taimiyah telah mengidentifikasi kekuatan permintaan dan penawaran sebagai penentu harga keseimbangan. Ibnu Khaldun kemudian mengatakan bahwa keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, jika pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi, juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen. Pendapat Ibnu Khaldun juga sama dengan pendapat tokoh-tokoh di atas, hanya yang membedakan dengan tokoh di atas adalah sudut pandang. Karena secara eksplisit Ibnu Khaldun menjelaskan jenis-jenis biaya yang membentuk penawaran dan Ibnu Khaldun lebih fokus menjelaskan fenomena yang terjadi. Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang di relakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga di jadikan penukar barang yang di ridhai oleh kedua bilah pihak yang akad.



BAB IV

ELASTISITAS

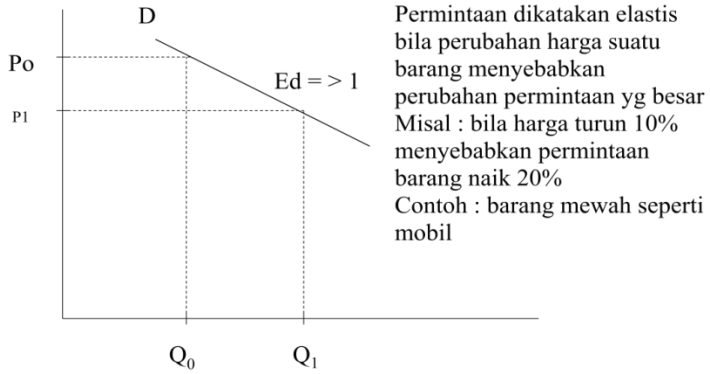
A. Definisi Elastisitas dan Jenis Elastisitas

Elastisitas adalah suatu ukuran sensitivitas dari suatu variabel terhadap variabel lainnya atau persentase perubahan pada suatu variabel sebagai reaksi atau satu persen perubahan lainnya.

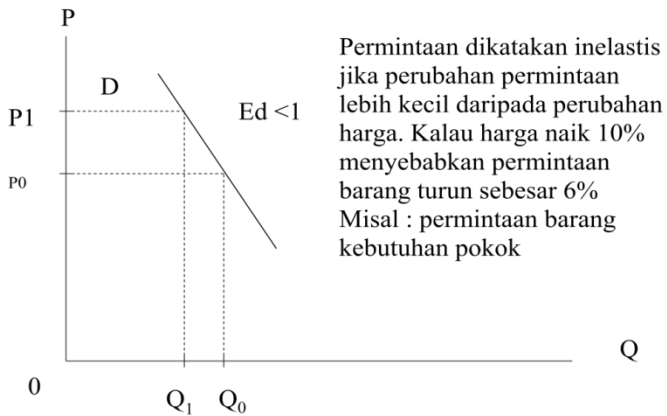
Jenis- jenis elastisitas ada 5 yaitu:

1. Elastis ($E_d > 1$)
2. Inelastis ($E_d < 1$)
3. Uniter ($E_d = 1$)
4. Inelatis sempurna ($E_d = 0$)
5. Elastis Sempurna ($E_d = \sim$)

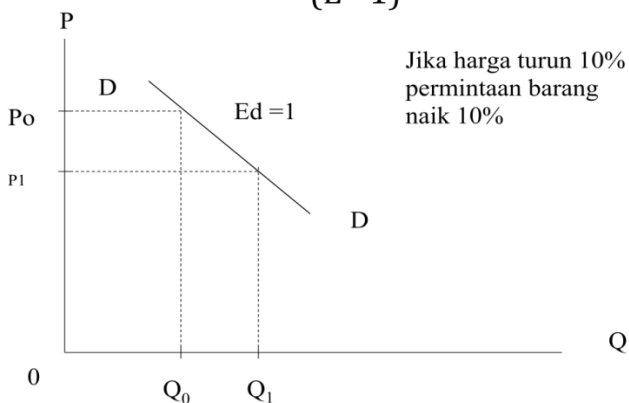
Kurva permintaan yang elastis ($E > 1$)



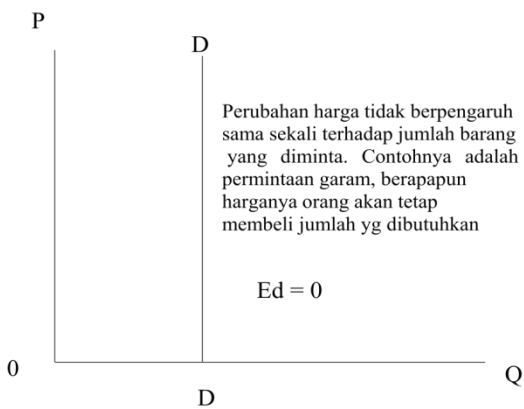
Kurva permintaan yang inelastis ($E < 1$)



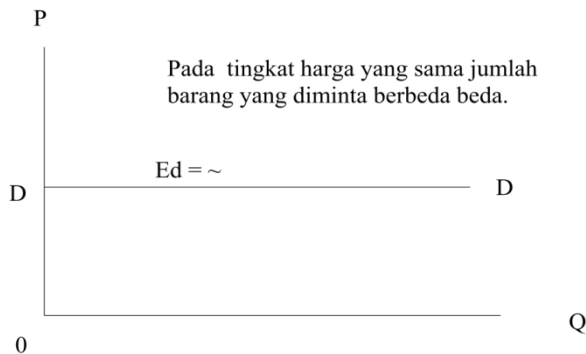
Kurva permintaan yang elastis Uniter ($E = 1$)



Kurva permintaan inelastis sempurna



Kurva permintaan elastis sempurna



B. Elastisitas Permintaan

Analisis elastisitas permintaan telah banyak memberikan tuntunan kepada para manajer perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran, pemilihan teknik promosi maupun penentuan harga. Elastisitas harga permintaan mengukur seberapa banyak kuantitas permintaan atas suatu barang berubah mengikuti perubahan harga barang tersebut. Dengan perkataan lain elastisitas permintaan mengukur seberapa peka jumlah barang tertentu yang diminta apabila harga barang tersebut berubah-ubah. Elastisitas permintaan adalah pengembangan suatu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai di mana besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan.

Perubahan harga juga menimbulkan akibat yang berbeda terhadap jumlah penawaran berbagai barang. Hukum permintaan mengatakan bahwa menurunnya harga suatu barang meningkatkan jumlah permintaan dan sebaliknya.

Dalam teori permintaan, besarnya perubahan permintaan karena adanya perubahan harga tidak diketahui seberapa besar efeknya, yang diketahui hanya perubahan

jumlah yang diminta (*ceteris paribus*). Contohnya permintaan beras, apakah dengan kenaikan harga beras akan serta merta diikuti dengan penurunan permintaan terhadap beras? Ukuran untuk melihat kepekaan permintaan barang disebut dengan elastisitas. Jadi elastisitas adalah suatu ukuran sensitivitas dari suatu variable terhadap variabel lainnya.

Para ekonom menghitung elastisitas harga permintaan sebagai perubahan persentase jumlah permintaan dibagi perubahan persentase harga. Artinya,

$$\text{Elastisitas harga permintaan} = \frac{\text{Perubahan Persentase Permintaan}}{\text{Perubahan Peresentase Harga}}$$

Sebagai contoh, anggaplah peningkatan 10 persen harga es krim mengakibatkan jumlah es krim yang anda beli turun hingga 20 persen. Elastisitas permintaan anda dihitung sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas harga permintaan} = \frac{20 \text{ Persen}}{10 \text{ Persen}} = 2$$

Dalam contoh ini elastisitasnya adalah 2, mencerminkan bahwa perubahan jumlah permintaan sebanding dengan dua kali perubahan harga.

Elastisitas permintaan dibedakan menjadi tiga konsep, yaitu:

1. Elastisitas permintaan harga
2. Elastisitas permintaan pendapatan
3. Elastisitas permintaan silang

C. Elastisitas dan Total Penerimaan

Tabel menunjukkan harga dan kuantitas permintaan hipotetis dari peranti lunak, elastisitas harga, dan total penerimaan ($TR = P \times Q_x$) untuk fungsi permintaan linear $Q_d = 80 - 2P_x$

	Harga Peranti Lunak (P_x)	Kuantitas Peranti Lunak Terjual (Q_x)	Elastisitas Harga	Total Penerimaan ($P_x Q_x$)
A	\$ 0	80	0,00	\$ 0
B	5	70	-0,14	350
C	10	60	-0,33	600
D	15	50	-0,60	750
E	20	40	-1,00	800
F	25	30	-1,67	750
G	30	20	-3,00	600
H	35	10	-7,00	350
I	40	0	$-\infty$	0

Ketika nilai absolut dari elastisitas harga kurang dari 1 (poin A sampai D dalam tabel), kenaikan harga menaikkan total penerimaan. Contohnya kenaikan harga dari \$5 menjadi \$10 per unit menaikkan total penerimaan sebesar \$250. Perhatikan bahwa untuk kedua harga ini, elastisitas permintaannya kurang dari 1 secara absolut.

Ketika nilai absolut dari elastisitas harga lebih besar dari 1 (titik F sampai I dalam tabel), kenaikan harga menyebabkan pengurangan dalam total penerimaan. Contohnya, ketika harga naik dari \$25 (yang mana elastisitas harga adalah -1,67) menjadi \$30 (yang mana elastisitas harga adalah -3), kita melihat bahwa total penerimaan turun \$150. Kombinasi harga-kuantitas yang memaksimalkan total penerimaan dalam tabel adalah pada poin E yang mana elastisitas harga sama dengan -1

D. Faktor Tingkat Penentu Elastisitas

Pembicaraan tentang elastisitas yang telah dilakukan sampai sekarang ini masih terbatas kepada memperhatikan perkaitan di antara perubahan harga dan permintaan. Konsep elastisitas yang telah di bincangkan mengukur sampai dimana responsifnya permintaan apabila harga mengalami perubahan. Selain disebabkan oleh perubahan

harga, permintaan juga dapat berubah sebagai akibat dari faktor-faktor lain.

Adapun beberapa faktor yang menentukan tingkat elastisitas harga adalah:

1. Banyaknya barang pengganti yang tersedia. Sesuatu barang mempunyai banyak barang pengganti, permintaannya cenderung untuk bersifat elastis. Permintaan terhadap barang yang tidak mempunyai barang pengganti adalah bersifat tidak elastis (in elastis) atau makin sulit mencari substitusi suatu barang, permintaan makin inelastic, alasannya (i) kalau harga naik para pembelinya sukar memperoleh barang pengganti dan oleh karenanya harus tetap membeli barang tersebut, oleh sebab itu permintaannya tidak banyak berkurang; dan (ii) kalau harga turun permintaannya tidak banyak bertambah karena tidak banyak tambahan pembeli yang pindah dari membeli barang yang bersaing dengannya. Beras bagi masyarakat Indonesia sulit dicari substitusinya, karena itu permintaan beras inelastis.³⁷ Garam tidak mempunyai substitusi, oleh karena itu permintaannya inelastis sempurna. Walaupun harganya naik, orang tetap membelinya dan seandainya harganya turun, orang tidak langsung memborong garam.
2. Jumlah pemakai. Makin banyak jumlah pemakai, permintaan akan suatu barang makin inelastis. Hampir semua suku bangsa di Indonesia mengonsumsi beras sebagai makan pokok. Ini alasan mengapa permintaan beras di Indonesia inelastis. Namun pokok tidaknya suatu barang adalah relatif. Pesawat Televisi misalnya, bagi orang-orang di kota mungkin termasuk barang kebutuhan pokok, tetapi bagi masyarakat desa merupakan barang mewah, sehingga pembelinya dapat ditunda bila harganya naik.
3. Persentase pendapatan yang dibelanjakan. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk

membeli sesuatu barang, semakin elastis permintaan terhadap barang tersebut.

4. Jangka waktu analisis. Semakin lama jangka waktu dimana permintaan itu dianalisis, semakin elastis sifat permintaan sesuatu barang. Dalam jangka waktu yang singkat permintaan bersifat lebih tidak elastis karena perubahan-perubahan yang baru terjadi dalam pasar belum diketahui oleh para pembeli. Oleh sebab itu mereka cenderung untuk meminta barang-barang yang biasa dibelinya walaupun harganya mengalami kenaikan. Dengan demikian dalam jangka pendek permintaan tidak banyak mengalami perubahan. Dalam jangka waktu yang lebih panjang para pembeli dapat mencari barang pengganti yang mengalami kenaikan harga dan ini akan banyak mengurangi permintaan terhadap barang yang disebutkan belakangan ini. Juga dalam jangka panjang barang pengganti mengalami perubahan dalam mutu dan desainnya dan akan menyebabkan orang lebih mudah pindah kepada membeli barang pengganti.

E. Elastisitas Penawaran

Elastisitas penawaran (elasticity of supply) adalah istilah dalam dunia ekonomi untuk mendefinisikan pengaruh terhadap besar atau kecilnya level kepekaan perubahan jumlah barang yang ditawarkan terkait adanya perubahan harga dari barang tersebut. Elastisitas penawaran ini lantas dilihat dari yang namanya koefisien elastisitas penawaran, yakni angka atau persentase perbandingan antara perubahan harga barang dengan perubahan jumlah barang yang ditawarkan.

Elastisitas harga penawaran barang mengukur penerimaan kuantitas yang ditawarkan terhadap perubahan harga pokok komoditi. Elastisitas penawaran menetapkan hubungan kuantitatif antara penawaran suatu komoditas

dan harganya. Oleh karena itu, kita dapat menyatakan perubahan angka dalam penawaran dengan perubahan harga suatu barang dengan menggunakan konsep elastisitas.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran

- a. **Banyaknya Produsen:** Apabila produsen yang memproduksi suatu produk ada banyak, hal ini berimbas pada meningkatnya jumlah barang yang ditawarkan, sehingga secara otomatis berpengaruh terhadap harga dari barang tersebut.
- b. **Ketersediaan Barang:** Apabila bahan-bahan produksi sulit didapatkan, produsen akan mengalami kesulitan untuk menawarkan banyak barang kepada konsumen. Atas dasar itu, maka terjadilah peningkatan harga guna mengimbangi 'effort' dalam memproduksi barang tersebut.
- c. **Waktu:** Waktu juga merupakan salah satu faktor penting yang menentukan elastisitas harga karena terlihat bahwa harga lebih elastis dalam jangka panjang dibandingkan dengan perusahaan jangka pendek.
- d. **Teknologi:** Perkembangan teknologi dengan elastisitas penawaran ini didasari pada efisiensi produksi barang akibat penggunaan alat-alat produksi tersebut.

Penghitungan Elastisitas Penawaran

Koefisien elastisitas penawaran yang dihitung dengan rumus di atas juga akan menghadapi masalah yang sama seperti dalam menghitung elastisitas permintaan, yaitu akan diperoleh dua nilai koefisien elastisitas. Untuk mengatasinya dapat di gunakan cara yang sama dengan dalam menghitung nilai koefisien elastisitas permintaan, yaitu nilai koefisien penawaran dihitung dengan menggunakan rumus titik-tengah.

$$EP = \frac{\text{Perubahan Persentase Jumlah yang Ditawarkan}}{\text{Perubahan Persentase Harga}}$$

Sebagai contoh : peningkatan harga susu dari \$2.85 ke \$3,15 satu galonnya meningkatkan jumlah yg diproduksi para petani, dari 9.000 galon setiap bulan. Dengan menggunakan metode nilai tengah, kita menghitung perubahan persentase harga sebagai berikut :

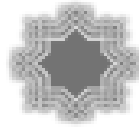
- Perubahan Persentase Harga = $(3,15 - 2,85) / 2,85 \times 100 = 10$ persen
- Perubahan Persentase Jumlah penawaran = $(11.000 - 9.000) / 9.000 \times 100 = 22,22$ persen
- Elastisitas Harga Penawaran = $22,22 \text{ persen} / 10 \text{ persen} = 2,22$

Jenis-Jenis Elastisitas Penawaran

Lebih jauh, elastisitas terbagi lagi menjadi beberapa jenis penawaran, yaitu:

Elastisitas penawaran sempurna, yakni ketika nilai koefisien elastisitas penawaran berjumlah tak terhingga.

- **Penawaran inelastis**, yakni ketika nilai koefisien elastisitas penawaran berjumlah kurang dari 1.
- **Penawaran elastis**, yakni ketika nilai koefisien elastisitas penawaran berjumlah lebih dari 1.
- **Penawaran elastis uniter**, yakni ketika nilai koefisien elastisitas penawaran berjumlah sama dengan 1.
- **Inelastisitas penawaran sempurna**, yakni ketika nilai koefisien elastisitas penawaran berjumlah sama



BAB V

TEORI PERILAKU INDIVIDU

A. Preferensi dan Perluasan Preferensi Ekonomi Islam

Ada 2 alasan untuk mempelajari perilaku konsumen yaitu:

1. Alasan konsumen untuk membeli lebih banyak barang atau jasa pada harga yang lebih rendah dan mengurangnya pada saat harga tinggi.
2. Bagaimana seorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi dari barang yang akan dibeli dari pendapatan yang diperolehnya.

Preferensi merupakan gambaran keinginan konsumen mengenai barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Dari semua barang dan jasa (*comodity bundle*) yang mungkin untuk dikonsumsi, konsumen memiliki penilaian tersendiri tentang barang yang paling diinginkan. Dalam teori ekonomi mikro, konsumen diasumsikan mampu membedakan barang mana yang ingin dikonsumsi dan menentukan daftar urutan preferensi barang yang ada.

Dalam membuat daftar urutan preferensi ada tiga asumsi yang dipergunakan yaitu: komplit, transitif, dan tanpa kepuasan.

1. Komplit, yaitu ketika konsumen dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada, konsumen bisa memilih kombinasi barang yang paling diinginkan, atau mengambil kombinasi barang yang paling komplit dari semua kombinasi yang ada.
2. Transitif, jika konsumen lebih menyukai barang A dari pada B, dan barang B lebih disukai dari barang C, maka A harus dipilih bukan barang
3. Tanpa kepuasan, tidak ada seorangpun yang merasa puas sepenuhnya meskipun sudah memperoleh semua barang yang diperlukan. Semakin banyak barang yang bisa dikonsumsi, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Dalam perspektif islam, antara benda ekonomi yang satu dengan yang lainnya yang dapat dipilih untuk di konsumsi bukan merupakan substitusi yang sempurna. Selain itu, juga terdapat prioritas-prioritas dalam pemenuhannya berdasarkan tingkat kemaslahatan yang dibutuhkan untuk menunjang kehidupan yang islami. Preferensi konsumsi dan pemenuhannya memiliki pola sebagai berikut:

1. Mengutamakan akhirat dari pada dunia
2. Konsisten dalam prioritas pemenuhannya
3. Memperhatikan etika dan norma

B. Prinsip dan Tingkatan Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi dalam ekonomi islam dapat didefinisikan dengan memakan makanan yang baik, halal dan bermanfaat bagi manusia, pemanfaatan segala anugerah Allah di muka bumi, atau sebagai sebuah kebajikan karena kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah wujud ketaatan kepada-Nya. Namun ini tidak berarti seorang konsumen dapat mengkonsumsi segala barang yang dikehendaki, tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengkonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan

hak-hak orang lain yang ada di dalamnya. Oleh karena itu dalam konsumsi islam, ada 5 prinsip dasar yang harus dijadikan sebagai acuan adalah :

1. Prinsip keadilan mengajarkan kebenaran kepada manusia untuk mempergunakan barang-barang yang dibenarkan oleh syara', baik dari segi zat, cara memproduksi, maupun tujuan dari mengkonsumsi tersebut. Dengan demikian dalam ekonomi islam barang-barang yang halal dari zatnya bisa saja menjadi haram ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan syara'.
2. Prinsip kebersihan, berarti bahwa barang yang dikonsumsi harus bersih, baik, berguna dan sesuai untuk dimakan. Barang yang haram, kotor, bercampur najis dan bisa menimbulkan kemudharatan duniawi dan ukhrawi tidak boleh dipergunakan. Karena itu tidak semua diperkenankan untuk dikonsumsi.
3. Prinsip kesederhanaan, prinsip ini mengandung arti bahwa dalam melakukan konsumsi tidak boleh berlebihan. Prinsip ini menganjurkan agar konsumsi sampai tingkat minimum (standar) sehingga bisa mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan, tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan. Prinsip kesederhanaan juga mengajarkan kepada konsumen apabila pendapatan konsumen meningkat, pendapatan tersebut seharusnya tidak hanya dapat dipergunakan untuk meningkatkan volume konsumsi, namun untuk kesejahteraan sosial.
4. Prinsip kemurahan hati, dalam prinsip ini islam memerintahkan kita agar senantiasa memperhatikan saudara dan tetangga.
5. Prinsip moralitas, prinsip menunjukkan bahwa konsumsi harus dapat memenuhi etika, adat kesopanan dan perilaku terpuji seperti syukur, zikir, dan fikir serta sabar mengesampingkan sifat-sifat tercela seperti kikir dan rakus.⁴¹

Berdasarkan prinsip di atas, maka tiga asumsi di atas dapat diperluas sebagai berikut:

a) Perluasan Asumsi Transitif

Teori modern tentang transivitas tidak disepakati secara universal, karena versi yang akan menghasilkan aksioma yang berbeda. Sehingga transivitas sebenarnya adalah syarat minimal konsistensi, jika konsistensi tidak mensyaratkan transivitas maka sesungguhnya transivitas tidak mensyaratkan apapun.

Misalkan, Ahmad mempertimbangkan 3 pedagang untuk membeli pakaian di sebuah pasar tradisional. Bagi ahmad, etika /kejujuran pedagang merupakan faktor yang menentukan untuk membeli barang. Secara spesifik, preferensi ahmad sebagai berikut:

1. Jika perbedaan etika tidak signifikan (<2) maka harga faktor yang menentukan.
2. Jika perbedaan etika signifikan (>2) maka etika/pelayanan prima faktor yang menentukan.

b) Pembatasan Non Station

Non station atau asumsi tanpa kepuasan hanya benar jika konsumsi dibatasi pada pemenuhan keinginan dan bukan pemenuhan kebutuhan. Bahwa keinginan manusia sangat berlebihan terhadap harta diakui dalam al-quran bahkan sampai manusia ke pintu kubur. Namun terlalu mencintai harta atau tidak memiliki kepuasan terhadap harta adalah ciri orang yang mengedepankan hawa nafsu, padahal manusia diperintahkan untuk mengendalikan hawa nafsunya. Karenanya konsep non station harus dibatasi oleh konsumen, paling tidak dengan cara membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Keinginan cenderung tidak terbatas, namun

kebutuhan berbeda dengan keinginan sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.1. Perbedaan Keinginan dan Kebutuhan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hawa nafsu	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntutan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

C. Utility dan Masalah

Utility adalah suatu ukuran kepuasan/kebahagiaan yang diperoleh konsumen dari sekelompok barang. Utilitas bukan tujuan konsumsi dalam ekonomi islam, karena konsumsi dan mempertegas bahwa tujuan hidup bersifat duniawi semata. Konsumsi terhadap barang di klasifikasikan dalam tiga kelompok, yaitu konsumsi barang primer (keperluan dasar), konsumsi barang skunder (kenyamanan), dan konsumsi barang tersier (kemewahan). Sedangkan dalam bahasa ekonomi islam tingkatan konsumsi terhadap barang-barang ini biasanya di istilahkan dengan barang-barang yang bersifat *daruriyat, tahsiniyat, dan hajiyat*. Konsumsi barang daruriyat merujuk kepada barang-barang yang kelangkaannya akan menyebabkan seseorang mendapat kesulitan bahkan bisa menghilangkan keselamatan jiwa, agama, akal, keturunan dan harta. Konsumsi barang tahsiniyat adalah barang yang penggunaannya bukan untuk nyaman melainkan untuk bermewah-mewah. Konsumsi barang hajiyat adalah barang-barang yang ketersediaannya akan menyebabkan hidup seseorang menjadi lebih nyaman dan sempurna.

Sedangkan masalah adalah tujuan konsumsi untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Maka dari itu

tujuan konsumsi seorang muslim bukanlah mencari *utility*, melainkan mencari masalah. Konsep *utility* atau kepuasan sangat berbeda dengan konsep masalah atau kemanfaatan yang menjadi tujuan dalam konsumsi yang islam. Konsep *utility* bersifat sangat subjek karena bertolak dari pemenuhan kebutuhan yang memang bersifat subjek. Sementara itu konsep masalah relatif lebih obyektif karena bertolak dari pemenuhan keinginan yang memang relatif lebih obyektif dibandingkan kebutuhan. Ada beberapa perbedaan mendasar antara *utility* dan masalah yaitu sebagai berikut:

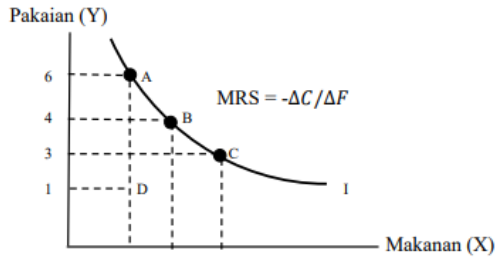
1. Masalah relatif lebih obyektif karena bertolak dari pemenuhan keinginan. Sementara utilitas orang mendasarkan pada kriteria yang bersifat subyektif, karenanya dapat berbeda di antara satu orang dengan orang lain.
2. Masalah individual akan relatif konsisten dengan masalah sosial, sementara utilitas individu sangat mungkin berseberangan dengan utilitas sosial.
3. Jika masalah dijadikan tujuan dari seluruh pelaku ekonomi (produsen, konsumen, distributor), maka arah pembangunan ekonomi akan menuju pada titik yang sama, tetapi berbeda dengan utilitas, dimana konsumen mengukurnya dari pemenuhan kebutuhannya sementara produsen dan distributor dari tingkat keuntungan yang dapat diperolehnya, sehingga berbeda tujuan dan arah yang ingin dicapainya.
4. Masalah merupakan konsep yang lebih terukur dan dapat diperbandingkan sehingga lebih mudah disusun prioritas dan pentahapan dalam pemenuhannya. Sebaliknya, tidaklah mudah untuk mengukur tingkat utilitas dan membandingkannya antara satu orang dengan orang lain, meskipun dalam mengkonsumsi benda ekonomi yang sama dalam kualitas maupun kuantitasnya.

D. Kurva Indiferens (Kurva Kepuasan Sama)

Kurva indiferens adalah kurva yang menunjukkan kombinasi beberapa barang yang ingin dikonsumsi oleh seseorang konsumen yang memberikan tingkat kepuasan yang sama (Ridwan dkk). Biasanya yang digambarkan adalah tingkat kepuasan antara dua barang/jasa yang sifatnya sama-sama disukai oleh konsumen. Kurva indiferens digambarkan dengan bentuk yang cembung terhadap titik origin (0). Kemiringannya menurun dari kiri atas ke kanan bawah, hal ini karena aksioma rasionalitas lebih banyak akan lebih baik. Semua titik kombinasi yang ada pada kurva indiferens memiliki tingkat kepuasan yang sama. (Liza h.)

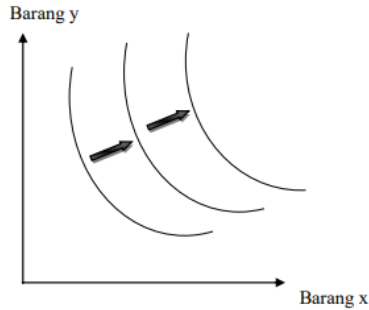
Ciri-ciri kurva indiferens :

1. Memiliki kemiringan/slope negative. Hal ini menunjukkan apabila ia ingin mengkonsumsi barang X lebih banyak maka harus mengorbankan konsumsi terhadap barang Y.
2. Cembung ke arah titik origin (convex). Kurva yang cembung ke arah titik origin menjelaskan kadar penggantian marginal, yaitu menggambarkan besarnya pengorbanan atas konsumsi suatu barang untuk menambah konsumsi barang lainnya dengan tetap mempertahankan tingkat kepuasan yang diperoleh. Dalam kurva indiferens, semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang maka semakin tinggi pula kurva indiferennya.

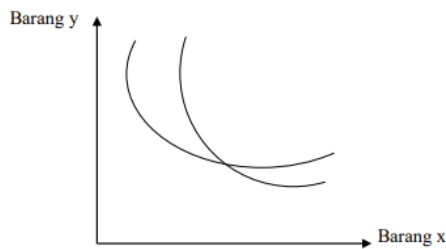


Berdasarkan gambar di atas menunjukkan adanya MRS (*Marginal Rate of Substitution*) yaitu kesediaan konsumen mensubstitusi suatu komoditi dengan komoditi lain. Konsep dari tingkat substitusi marginal sebenarnya cukup sederhana. Dalam gambar tersebut konsumen indifferen antara gabungan A dan B. Dalam memindahkan A ke B, konsumen memperoleh 1 unit barang X. Untuk tetap berada dalam kurva indifferens yang sama, ia merelakan 2 unit barang Y. Oleh karena itu, dalam berpindah dari titik A ke titik B, tingkat substitusi marginal antara X dan Y adalah 2. Perpindahan dari A ke B, berbeda dengan perpindahan dari B ke C. Secara khusus, dalam perpindahan dari B ke C. Konsumen memperoleh 1 unit X. Namun, sekarang ia bersedia merelakan 1 saja unit Y untuk memperoleh unit tambahan X. Alasannya adalah kurva indifferens ini menunjukkan sifat tingkat substitusi marginal yang menurun.

3. Semakin ke kanan menunjukkan tingkat kepuasan yang semakin tinggi (Eko Suprayitno)



4. Tidak saling berpotongan



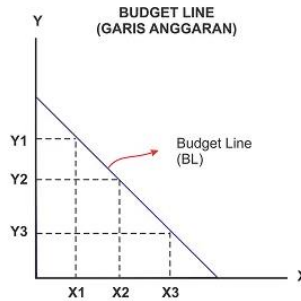
Keunggulan kurva indeferent (**Eko Suprayitno**) :

- a. Tidak perlunya anggapan bahwa utility konsumen bersifat cardinal.
- b. Efek perubahan harga terhadap jumlah yang diminta bisa dipecah lebih lanjut, yaitu efek substitusi dan efek pendapatan
- c. Dapat menunjukkan faktor-faktor lain yang penting dalam mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu barang, antara lain seperti penghasilan konsumen, perubahan harga barang lain, dan selera konsumen.

E. Budget Line (Garis Anggaran)

Budget line (garis anggaran) adalah kurva yang menggambarkan kombinasi konsumsi dua jenis barang yang membutuhkan anggaran (biaya) yang sama besar. Untuk

dapat lebih memahami terkait budget line (garis anggaran), coba perhatikan kurva budget line (garis anggaran) berikut:



Garis anggaran ditunjukkan oleh garis berwarna biru. Sepanjang Garis anggaran tersebut menunjukkan biaya yang sama. Sehingga konsumen dapat memilih kombinasi dua macam barang yang di konsumsi. Kombinasi barang yang di konsumsi bisa saja X1 dan Y1, X2 dan Y2 atau X3 dan Y3. Pilihan kombinasi oleh konsumen tersebut akan memberikan biaya yang sama besar. Sehingga garis anggaran dapat diformulasikan dengan:

$$BL = P_x.Q_x + P_y.Q_y$$

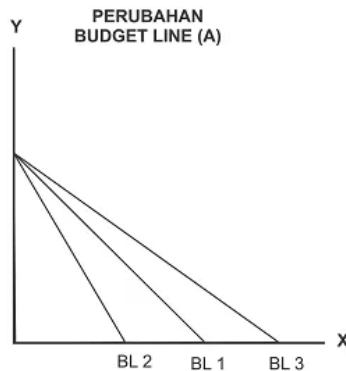
Dimana BL adalah budget line (garis anggaran), P adalah harga barang sehingga P_x menunjukkan harga barang X dan P_y menunjukkan harga barang Y, sedang Q merupakan kuantitas barang yang di konsumsi sehingga Q_x akan menunjukkan kuantitas barang X yang di konsumsi dan Q_y menunjukkan kuantitas barang Y yang dikonsumsi.

Perubahan Budget line

Perubahan pada budget line (garis anggaran) dapat dipengaruhi oleh perubahan harga barang dan perubahan pendapatan. Perubahan pada harga dan pendapatan akan

mempengaruhi daya beli seseorang. Seperti dijelaskan pada teori permintaan bahwa harga barang naik akan membuat seseorang membeli lebih sedikit, sedangkan pendapatan naik akan membuat konsumsi lebih banyak. Untuk dapat lebih memahami bagaimana harga barang dan pendapatan dapat mempengaruhi kemampuan konsumen membeli (daya beli), mari kita elaborasi lebih jauh pembahasannya.

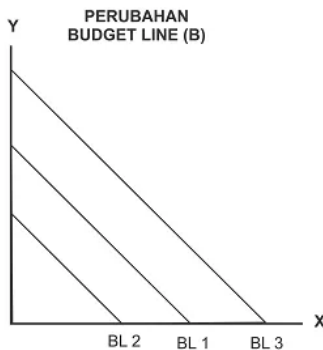
Pertama, kita akan melihat perubahan garis anggaran akibat dari adanya perubahan harga barang. Perhatikan kurva berikut:



Pada grafik diatas dapat dilihat adanya garis anggaran 1 (BL 1), garis anggaran 2 (BL 2), dan garis anggaran 3 (BL 3). Pada kurva diatas digambarkan bahwa harga barang X berubah, sedangkan harga barang Y tidak berubah. Anggap saja kurva budget line awalnya yaitu pada BL 1. Ketika terjadi penurunan harga barang X, maka garis anggaran akan menjadi BL 3. Garis anggarannya dapat berubah dari BL 1 ke BL 3 karena harga barang X yang harga nya lebih murah menyebabkan daya beli seseorang atas barang X menjadi lebih besar. Harga barang lebih murah menyebabkan seseorang dapat membeli lebih banyak. Disini kita menganggap bahwa pendapatan seseorang tersebut secara nominal tidak berubah.

Begitu pula apabila terjadi kenaikan harga barang, maka budget line akan bergeser dari BL 1 ke BL 2. Dengan titik awal kita pada BL 1, dan terjadi kenaikan harga barang X sehingga menyebabkan garis anggaran ke BL 2. Harga barang yang lebih mahal menjadikan kemampuan seseorang untuk membeli barang X menjadi lebih kecil. Pada BL 2 kuantitas barang yang dapat di beli menjadi lebih kecil karena harga barang lebih mahal sedangkan pendapatannya tetap.

Kedua, terjadi perubahan pendapatan sehingga garis anggaran berubah. Perubahan garis anggaran akibat dari perubahan pendapatan dapat digambarkan dalam kurva berikut:



Misalkan kita menganggap garis anggaran awal kita pada BL 1. Bila seseorang mendapatkan promosi jabatan sehingga pendapatannya meningkat maka budget line nya akan berpindah ke BL 3. Karena pada Budget Line 3 (BL 3) menunjukkan pendapatan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Dengan posisi garis anggaran pada BL 3 menjadikan seseorang dapat memilih kombinasi konsumsi barang X dan Y yang lebih banyak dari sebelumnya. Karena dengan pendapatan yang lebih banyak seseorang dapat membeli barang lebih banyak. Dengan asumsi bahwa harga barang tidak berubah.

Begitu pula sebaliknya, bila seseorang mengalami penurunan jabatan sehingga pendapatannya menurun. Maka garis anggaran yang semula berada pada Budget Line 1 (BL 1) akan berpindah ke Budget Line 2 (BL 2). Dengan pendapatan yang lebih rendah, menjadikan garis anggaran yang menjadi batasan dalam belanjanya menjadi lebih kecil. Dengan demikian, jumlah barang X dan Y yang dapat dikonsumsi menjadi lebih sedikit dari sebelumnya

F. Implementasi Konsumsi Islam Dalam Teori Ekonomi

Pemilikan harta itu bukanlah tujuan tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan washilah untuk mewujudkan kemashlahatan umum yang memang tidak sempurna kecuali dengan harta yang di jadikan Allah bagi manusia sebagai batu pijakan, sebagaimana firman Allah dalam surat Al Furqan ayat 67 yang berbunyi:

قَوَامًا ذَلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَفْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang menjadi konsumen, dan jika daya masyarakat jadi berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat, roda produksi niscaya akan berhenti, selanjutnya perkembangan bangsapun terhambat.

Hal-hal yang berkaitan dengan pola konsumsi adalah (Tim Depag):

a. Kebutuhan Manusia

Manusia diciptakan oleh Allah sebagai khalifah. Untuk tugas itu ia dilengkapi berbagai instrument dalam dirinya seperti, insting, pancaindra, dan lain sebagainya. Diciptakan pula bagi mereka di bumi. Meskipun segala sesuatu yang ada di bumi untuk manusia, tidak berarti mereka boleh semena-mena mengeksplorasi dan mengeksploitasi semua dan semauanya tanpa memperhatikan keberlangsungan ekosistem dan nilai-nilai ekonomis jangka panjang. Kebutuhan manusia dapat dikategorikan menjadi kebutuhan primer (daruriyat), sekunder (tahsiniyyat) dan tersier (hajatiyah)

b. Penyelesaian Pendapatan dengan Pengeluaran

Bekerja mencari nafkah untuk diri sendiri, keluarga dan berbagi dengan orang lain adalah sebuah keharusan. Membatasi kebutuhan pada hal-hal yang sangat mendesak, wajar tak berlebih-lebihan (sesuai dengan nilai-nilai Islam) akan berimplikasi pada cara seseorang dalam bekerja dan membelanjakan.

c. Pembelanjaan pada yang baik dan dibutuhkan

Apa yang dibutuhkan (needs) sesungguhnya tidak sebanyak yang diinginkan (wishes). Sedangkan yang diinginkan selalu melampaui dana (funds).

d. Menghindari kebakhilan

Harta yang diakui manusia sebagai hak miliknya pada hakikatnya milik Allah yang dikaruniakan kepadanya sehingga tidak sewajarnya apabila mereka bersifat kikir terhadap karunia milik Allah tersebut. Ayat yang berkaitan dengan bakhil adalah Ali Imran: 180. Bersikap kikir dalam kehidupan, baik untuk diri sendiri maupun terhadap orang lain, merupakan sikap tercela. Akan tetapi, berinfak berlebih-lebihan dan

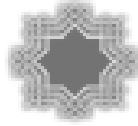
tidak terkendali juga tidak dianjurkan. Yang baik adalah seimbang. Hal ini dapat dipahami dalam QS. Al-Furqan:67.

e. Menghindari Kemewahan dan Kemegahan

Rasulullah saw. menyatakan bahwa manusia senantiasa menginginkan lebih banyak lagi harta meskipun dia sudah memiliki harta yang berlimpah. Orang-orang yang terus menerus mengumpulkan harta dan bermewah-mewah atau bermegah-megah dilukiskan dalam al-Quran sebagai mutraf. Pola hidup mewah dapat menimbulkan malapetaka, bukan hanya pada kehidupan akhirat kelak, tetapi juga dalam kehidupan social masyarakat. Ayat yang berkaitan dengan hal tersebut adalah al-Hmazah: 1-4 dan at-Takatsur: 1-2

f. Menghindari kemubadziran dan melampaui batas

Ayat-al-Quran yang berbicara tentang tabdzir (boros), maupun israf (melampaui batas), dapat dijumpai pada al-Isra: 26-27 dan al-Araf :31.



BAB VI

TEORI PRODUKSI

A. Definisi Produksi

Produksi adalah proses mengubah input menjadi output. Produksi meliputi semua kegiatan untuk menciptakan /menambah nilai /guna suatu barang/jasa. Yang dimaksud dengan produksi atau memproduksi adalah suatu usaha atau kegiatan untuk menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula (Iskandar Putong)

m Dengan demikian, produksi berkaitan erat dengan bekerja, yaitu suatu aktivitas yang dilakukan seseorang secara sungguh-sungguh dengan mengeluarkan seluruh potensinya untuk mencapai tujuan tertentu. Alquran menyebutkannya dengan istilah “beramal” yang merupakan aktualisasi eksistensi diri untuk memelihara kelangsungan hidup, memakmurkan bumi, dan memberi nilai tambah kehidupan karena produksi terkait dengan proses memberi nilai tambah bagi manusia.

Untuk memproduksi dibutuhkan faktor-faktor produksi alat atau sarana untuk melakukan proses produksi. Bahwa faktor-faktor produksi yang dimaksud dalam ilmu ekonomi adalah Manusia (tenaga kerja = L), Modal (uang atau alat modal seperti mesin = K), SDA (tanah = R) dan skill (teknologi = T). gabungan dari beberapa faktor produksi dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi produksi. Yang dimaksud fungsi produksi adalah hubungan teknis yang antara faktor produksi (input) dan hasil produksi (output).

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Dalam teori produksi, tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan bukan bagaimana berproduksi dengan biaya minimum sehingga meningkatkan output, namun bagaimana meningkatkan kondisi material dan moral sebagai sarana untuk mencapai tujuan di akhirat. Jadi, bukan semata-mata memaksimalkan laba duniawi tetapi juga memaksimalkan laba ukhrawi (Monzer Khaf).

Menurut Nejatullah sebagaimana dikutip Khaf ada lima tujuan produksi dalam Islam yaitu memenuhi kebutuhan diri secara wajar, memenuhi kebutuhan masyarakat, keperluan masa depan, keperluan generasi akan datang, dan pelayanan terhadap masyarakat.

B. Produksi Dalam Ekonomi Islam

Tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemashlahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya:

- a) Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan manusia moderat. Tujuan produksi yang pertama sangat jelas yaitu pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat. Hal ini akan menimbulkan dua implikasi yaitu *pertama*,

produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan meskipun belum tentu keinginan konsumen, karena keinginan manusia sifatnya terbatas sehingga sering kali mengakibatkan ketidakjelasan antara keinginan dan apa yang benar-benar menjadi kebutuhan hidup.

- b) Menemukan kebutuhan manusia dan pemenuhannya. Meskipun produsen hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia, namun hal ini bukan berarti produsen bersifat rasis dan reaktif terhadap kebutuhan manusia yang mau memproduksi berdasarkan permintaan konsumen. Produsen harus mampu menjadi sosok yang kreatif, proaktif dan inovatif dalam menemukan barang dan jasa apa yang menjadi kebutuhan manusia dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut. Penemuan ini kemudian di sosialisasikan kepada konsumen sehingga konsumen mengetahuinya.
- c) Menyiapkan persediaan barang dan jasa di masa depan. Berorientasi ke masa depan berarti produsen harus terus menerus berupaya meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan melalui proses riset dan pengembangan dan berkreasi untuk menciptakan barang-barang baru yang lebih menarik dan dinikmati masyarakat.
- d) Keperluan generasi yang akan datang. Islam menganjurkan umatnya untuk memperhatikan keperluan generasi yang akan datang. Produksi dilakukan tidak boleh mengganggu keberlanjutan hidup generasi yang akan datang, pemanfaatan input dimasa sekarang tidak boleh menyebabkan generasi akan datang kesulitan dalam mengakses sumber tersebut, produksi yang dilakukan saat ini memiliki kaitan yang erat dengan kemampuan produksi di masa depan.

e) Keperluan sosial dan infaq di jalan Allah. Ini merupakan insentif utama bagi produsen untuk menghasilkan tingkat output yang lebih tinggi, yaitu memenuhi tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Walaupun keperluan pribadi, masyarakat, keperluan generasi sekarang dan generasi yang akan datang telah terpenuhi, produsen tidak harus bermalasan-malasan dan berhenti berinovasi, tetapi sebaliknya, memproduksi lebih banyak lagi supaya dapat diberikan kepada masyarakat dalam bentuk zakat, sedekah, infaq, dan sebaliknya (M. Rianto Al Arif)

Menurut Imam Muhammad bin al Hasan As Syaibani tujuan utama dari usaha produktif bukan sekedar mendapatkan keuntungan dan memasarkan produk untuk konsumen, tujuan ini disebut tujuan jangka pendek yang bersifat duniawi. Ada jangka panjang yang hendak dituju dari aktivitas produksi yaitu untuk tujuan ukhrawi, mengingat kembali tujuan utama diciptakannya jin dan manusia adalah untuk beribadah kepada Allah dan tidak menyekutukannya dengan apa pun. Dan segala aktivitas kita tak bisa dipisahkan dari tema sentral ini yaitu ubudiah kepada Allah (Ikhwan Abidin Basri).

DR. Najatullah Shiddiqi berpendapat bahwa produksi dalam ekonomi memiliki beberapa tujuan:

- a. Merespon kebutuhan produsen secara pribadi dengan bentuk yang memiliki ciri keseimbangan
- b. Memenuhi kebutuhan keluarga
- c. Mempersiapkan sebagai kebutuhan terhadap ahli warisnya dan generasi penerusnya.
- d. Pelayanan sosial dan berinfaq di jalan Allah (Jaribah bin Ahmad)

Tujuan-tujuan terpenting produksi dalam perspektif fiqh ekonomi Umar *Rhadiallahu Anhu*:

- a. Merealisasikan keuntungan seoptimal mungkin
- b. Merealisasikan kecukupan Individu dan keluarga
- c. Tidak mengandalkan orang lain
- d. Melindungi harta dan mengembangkannya
- e. Mengeksplorasi Sumber-sumber Ekonomi dan mempersiapkannya untuk dimanfaatkan.
- f. Pembebasan dari belenggu taqlid ekonomi
- g. Taqarrub kepada Allah Ta'ala (Jaribah bin Ahmad)

hh QS. Hud : 37

(٣٧) مُعْرِفُونَ إِنَّهُمْ ظَلَمُوا الَّذِينَ فِي نُحَاطِنِي وَلَا وَوَحِينَا بِأَعْيُنِنَا الْفُلْكَ وَاصْنَعِ

Dan buatlah bahtera itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah kamu bicarakan dengan aku tentang orang-orang yang zalim itu; Sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan.

Dalam tafsir as-Sa'di disebutkan “Dan buatlah bahtera itu dengan (mata) pengawasan dan petunjuk wahyu Kami” Maksudnya, dibawah pengawasan Kami, penjagaan Kami, dan keridhaan dari Kami (Abdurrahman bin Nashir).

Ayat ini memberikan contoh perintah dari Allah untuk membuat perahu yang nantinya akan dipergunakan oleh Nabi Nuh dan ummatnya yang beriman untuk berlayar. Perintah Allah kepada Nabi Nuh untuk membuat perahu dibawah pengawasan Allah. Membuat perahu disini masuk dalam kategori proses produksi karena mengelola sumber daya alam yang telah Allah sediakan diatas permukaan bumi ini untuk dikelola menjadi suatu barang yang bisa memberi manfaat atau menambah nilai kegunaannya. Tadinya mungkin masih berbentuk papan atau balok ketika diolah dan

digabungkan bisa membentuk suatu kapal yang bisa dimanfaatkan untuk berlayar dan menyelamatkan Nabi Nuh dan ummatnya dari adzab Allah.

Dari ayat diatas juga bisa kita mengambil pelajaran bahwa tujuan dari pembuatan perahu itu bukan hanya sekedar untuk berlayar akan tetapi untuk menyelamatkan Nabi Nuh dan ummatnya dari mala petaka. Jadi bukan hanya tujuan jangka pendek tapi juga untuk jangka panjang.

C. Konsep Masalah Dalam Produksi

Dalam konteks produsen yang berorientasi kepada keuntungan, maka manfaat ini dapat berupa keuntungan materil. Keuntungan ini bisa digunakan untuk masalah lainnya seperti masalah fisik, intelektual, maupun sosial. Untuk itu rumusan masalah bagi produsen (M. Rianto Al Arif) adalah :

Masalah = keuntungan + berkah, atau dapat dituliskan sebagai :

$$M = \pi + B$$

Dimana M menunjukkan masalah, π menunjukkan keuntungan, dan B adalah berkah. Produsen akan menggunakan proksi yang sama dengan yang dipakai oleh konsumen dalam mengindentifikasikan berkah yaitu adanya pahala pada produk atau kegiatan yang bersangkutan. Adapun keuntungan merupakan selisih antara pendapatan total (total revenue (TR)) dan biaya totalnya (total cost (TC)).

Pada prinsipnya berkah akan diperoleh apabila seorang produsen dalam menjalankan bisnisnya menerapkan prinsip dan nilai syariat Islam sehingga ia tidak akan mau memproduksi yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Namun bukan berarti perusahaan tidak memperoleh keuntungan. Karena salah satu fondasi dasar dalam ekonomi Islam adalah ma'ad (*return*).

D. Produksi Dalam Jangka Pendek

Produksi jangka pendek (*short run*) yaitu jangka waktu ketika input variabel dapat disesuaikan, namun input tetap tidak dapat disesuaikan.

- a. Produksi yang menggunakan input tetap dan input berubah.
- b. Dalam jangka pendek jumlah satu atau lebih faktor produksi tidak bisa diubah, sehingga input tetap.
- c. Misalkan dalam suatu perusahaan terdapat dua input yaitu kapital dan pekerja.
- d. Dalam jangka pendek, jumlah kapital adalah tetap, sedangkan jumlah pekerja berubah.

Jangka pendek didefinisikan sebagai jangka waktu yang mana ada faktor tetap dari produksi. Untuk mengilustrasikan, andaikan hanya modal dan tenaga kerja yang menjadi dua masukan dalam produksi dan bahwa tingkat modal tetap dalam jangka pendek. Dalam hal ini, keputusan masukan jangka pendek yang akan dibuat manajer hanyalah berapa banyak tenaga kerja yang akan digunakan. Fungsi produksi jangka pendek secara esensial hanyalah fungsi tenaga kerja karena modal merupakan faktor produksi tetap dan tidak variabel. Jika K^* merupakan tingkat modal tetap, fungsi produksi jangka pendek dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Q = f(L) = F(K^*, L)$$

Kolom 1, 2, dan 4 dalam tabel memberikan nilai komponen fungsi produksi jangka pendek yang mana modal tetap pada $K^* = 10$, untuk fungsi produksi ini, 5 unit tenaga kerja

diperlukan untuk menghasilkan 95 unit keluaran. Dengan teknologi yang tersedia dan tingkat modal tetap, jika manajer ingin menghasilkan 112 unit keluaran, 8 unit tenaga kerja harus dipergunakan. Dalam jangka pendek lebih banyak tenaga kerja diperlukan untuk menghasilkan lebih banyak *output* (keluaran) karena menaikkan modal tidak mungkin.

Tabel. 6.1. Produksi Jangka Pendek

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
L	K^*	Q	AP_L	MP_L
Jumlah Tenaga Kerja (Ditentukan)	Jumlah Masukan Tetap (Modal) (Ditentukan)	Total Output (ditentukan)	Produk Rata-rata Tenaga Kerja $AP_L = Q/L$	Produk Marginal $MP_L = \Delta Q / \Delta L$
0	10	0		
1	10	10	10	10
2	10	30	15	20
3	10	60	20	30
4	10	80	20	20
5	10	95	19	15
6	10	108	18	13
7	10	112	16	4
8	10	112	14	0
9	10	108	12	-4
10	10	100	10	-8

1. Dengan tambahan pekerja, output akan meningkat mencapai titik maksimal sebanyak 112 output dan kemudian turun.
2. Produksi rata-rata pekerja (AP) meningkat kemudian berkurang
3. Produk Marginal (MP), meningkat sangat cepat kemudian menurun tajam hingga mencapai angka negatif.

E. Produksi Dalam Jangka Panjang

Produksi dalam jangka panjang yaitu produksi yang semua inputnya dapat dirubah. Jangka panjang diartikan sebagai horizon yang mana manajer dapat menyesuaikan semua faktor produksi. Jika perusahaan membutuhkan tiga tahun untuk memperoleh modal mesin tambahan. Jangka panjang untuk manajemennya adalah tiga tahun, dan jangka pendek adalah kurang dari tiga tahun. Dalam produksi jangka panjang, semua input produksi mengalami perubahan. Diasumsikan produsen menggunakan dua input yaitu kapaital dan pekerja (K dan L). Jika dalam jangka pendek diasumsikan yang berubah hanya pekerja (L), maka dalam jangka panjang kedua input (K dan L) sama-sama berubah .

<i>Input K</i>	<i>Input L</i>				
	1	2	3	4	5
1	20	40	55	65	75
2	40	60	75	80	90
3	55	75	90	100	105
4	65	85	100	110	115
5	75	90	105	115	120

1. Untuk beberapa tingkatan K , output akan meningkat jika L lebih besar
2. Untuk beberapa tingkatan L , output akan meningkat jika K lebih besar
3. Pada beberapa kombinasi dari kedua input, akan menghasilkan output yang sama. Tabel ini dapat digambarkan secara grafis dalam sebuah kurva yang disebut **kurva isoquant**

F. Faktor Produksi

Faktor produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara tingkat output dan (kombinasi) penggunaan input. **Fungsi Produksi** (*production function*) merupakan hubungan yang dirancang untuk mendefinisikan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dengan serangkaian input. Hal ini dapat ditulis dengan suatu persamaan matematis :

$$Q = f (X_1, X_2, X_3, \dots X_n)$$

Dimana : Q = tingkat produksi (output) dan $X_1, X_2, \dots X_n$ = berbagai input yang digunakan.

Dalam beberapa buku teks faktor produksi / input ini dapat ditulis secara sistematis dengan :

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Q = tingkat produksi

K = modal

L = tenaga kerja dan keahlian wirausahawanan

R = kekayaan alam

T = teknologi

Maksud dari persamaan di atas merupakan suatu pernyataan matematis yang pada dasarnya berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung kepada jumlah modal, tenaga kerja, kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Dengan membandingkan berbagai gabungan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah barang tertentu dapatlah ditentukan gabungan faktor produksi yang paling ekonomis untuk memproduksi sejumlah barang.

Dalam teori ekonomi diambil pula satu asumsi dasar mengenai sifat fungsi produksi, yaitu fungsi produksi dari

semua produksi di mana semua produsen dianggap tunduk pada suatu hukum yang disebut "*The Law of Diminishing Returns*". Hukum ini mengatakan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula menaik tetapi kemudian setelah mencapai suatu titik tertentu akan semakin menurun seiring dengan pertambahan input. Pada hakikatnya, *The Law of Diminishing Returns* dibedakan dalam tiga tahap :

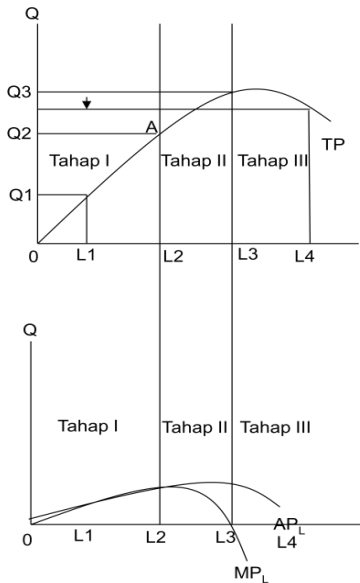
- Tahap pertama, produksi total mengalami pertambahan yang semakin cepat.
- Tahap kedua, produksi total pertambahannya semakin lambat.
- Tahap ketiga, produksi total semakin lama semakin berkurang.

Tahap I menunjukkan tenaga kerja yang masih sedikit, apabila ditambah akan meningkatkan total produksi, produksi rata-rata dan produksi marginal.

Tahap II Produksi total terus meningkat sampai produksi optimum sedang produksi rata-rata menurun dan produksi marginal menurun sampai titik nol.

Tahap III Penambahan tenaga kerja menurunkan total produksi, dan produksi rata-rata, sedangkan produksi marginal negatif

Kurva Produksi Total, Produksi Marginal dan Produksi Rata-rata



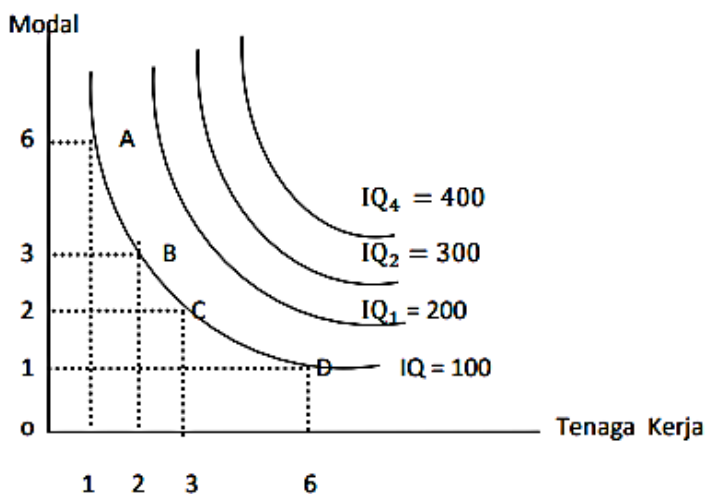
G. Kurva Isoquant (Kurva Produksi Sama)

Kurva isoquant berfungsi untuk menggambarkan gabungan 2 faktor produksi yang akan menghasilkan satu tingkat produksi tertentu. Diasumsikan, seorang produsen hendak memproduksi suatu barang sebanyak 100 unit, untuk memproduksi barang tersebut ia menggunakan dua faktor produksi yaitu tenaga kerja dan modal yang penggunaanya dapat dipertukarkan. Di dalam tabel berikut digambarkan 4 gabungan (kombinasi) tenaga kerja dan modal yang akan menghasilkan produksi sebanyak 100 unit.

Tabel. 6.2. Kombinasi tenaga kerja dan Modal untuk menghasilkann 100 unit produksi

Kombinasi	Tenaga kerja	Modal
A	1	6
B	2	3
C	3	2
D	6	1

Kurva isoquant menggambarkan gabungan tenaga kerja dan modal yang menghasilkan satu tingkat produksi tertentu. Dalam contoh yang dibuat tingkat produksi tersebut adalah 100 unit. Di samping itu, didapati kurva IQ_1, IQ_2, IQ_3 yang terletak diatas kurva IQ . Ketiga kurva yang lain tersebut menggambarkan jumlah produksi yang berbeda-beda, yaitu berturut-turut sebanyak 200 unit, 300 unit, 400 unit (semakin jauh dari titik 0 letaknya kurva, semakin tinggi tingkat produksi yang ditunjukkan). Masing-masing kurva yang baru tersebut menunjukkan gabungan tenaga kerja dan modal yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat produksi yang ditunjukkan. Gambar 8.2 kurva isoquant



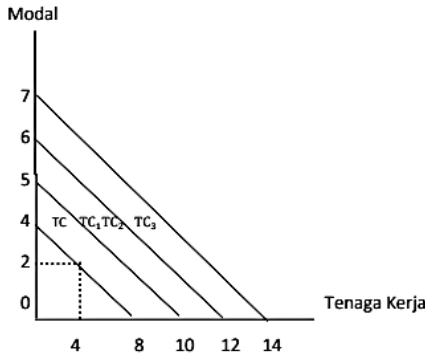
Ciri-ciri kurva isoquant

- Mempunyai kemiringan negatif
- Semakin kekanan kedudukan isoquant menunjukkan semakin tinggi jumlah output
- Isoquant tidak pernah berpotongan dengan isoquant yang lainnya
- Isoquant cembung ke titik origin

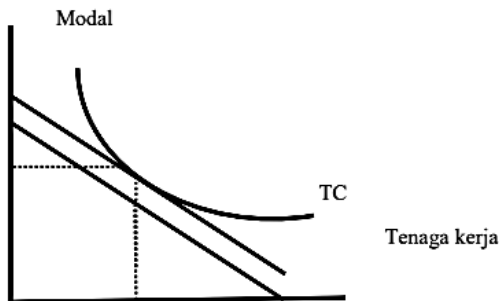
H. Garis Biaya Produksi

Dalam rangka efisiensi dan memaksimalkan keuntungan yang ingin didapat, maka perusahaan harus mampu meminimumkan biaya produksi. Untuk membuat suatu analisis mengenai peminimuman biaya produksi perlu dibuat suatu garis biaya yang biasa dikenal sebagai isocost (Rahardja dan Manurung). Garis ini menggambarkan gabungan faktor produksi yang dapat diperoleh dengan menggunakan sejumlah biaya tertentu. Untuk dapat membuat garis biaya sama data diperlukan : (a) harga faktor-faktor produksi yang digunakan; (b) jumlah uang yang tersedia untuk membeli faktor-faktor produksi.

Sebagai contoh, diasumsikan upah tenaga kerja adalah Rp 10.000,00 dan biaya modal per unit adalah Rp 20.000,00; sedangkan jumlah uang yang tersedia adalah Rp 80.000,00. Garis Biaya (TC) dalam gambar menunjukkan gabungan tenaga kerja dan modal yang dapat diperoleh dengan menggunakan Rp 80.000,00. Dana tersebut apabila digunakan untuk memperoleh modal saja, maka akan memperoleh sebanyak empat unit, dan kalau digunakan untuk memperoleh tenaga kerja saja maka akan memperoleh delapan unit. Seterusnya, titik A pada TC menunjukkan dana sebanyak Rp 80.000,00 dapat digunakan untuk memperoleh dua unit modal dan empat unit tenaga kerja. Dalam gambar diperlihatkan beberapa garis biaya yang lain, yaitu TC1, TC2, dan TC3. Garis-garis itu menunjukkan garis biaya sama apabila jumlah uang yang tersedia adalah Rp 100.000,00, Rp 120.000,00, dan Rp 140.000,00



Lalu di posisi manakah tingkat produksi optimal mampu dicapai oleh produsen? Dengan menggunakan analisis grafik titik optimal produksi adalah ketika terjadi persinggungan antara kurva isoquant dan garis isocost. Dalam gambar terlihat bahwa titik optimal terjadi di titik E*. Yaitu ketika kurva isoquant bersinggungan dengan garis isocost.



Gambar 6.1 Tingkat Produksi Optimal

Dengan menggunakan kedua kurva ini selanjutnya dapat dijelaskan hal-hal berikut:

- a. Apabila jumlah pengeluaran untuk membiayai produksi sudah ditentukan, keadaan yang bagaimanakah yang akan memaksimalkan produksi?

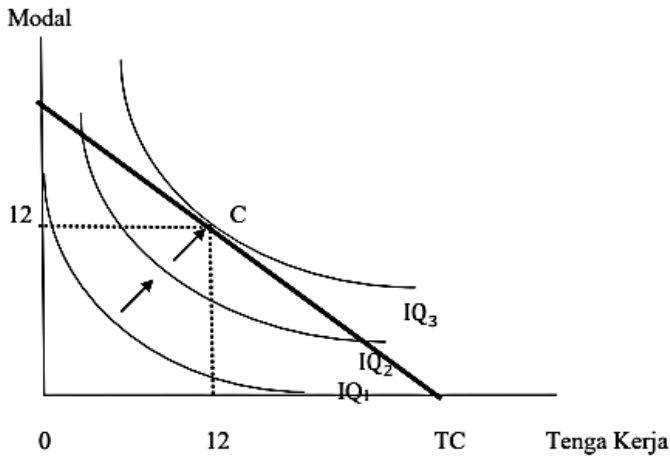
- b. Apabila jumlah produksi yang ingin dicapai telah ditentukan, keadaan yang bagaimanakah yang meminimumkan biaya?

Memaksimumkan Produksi

Untuk hal yang pertama, dimisalkan biaya yang dibelanjakan untuk membeli per unit modal adalah Rp15.000, dan upah tenaga kerja per unit adalah Rp 10.000, dan jumlah biaya produksi maksimum yang disediakan oleh produsen adalah Rp 300.000. Dengan uang sebanyak Rp 300.000, produsen dapat sekiranya membeli satu jenis factor produksi saja---memperoleh 20 unit modal atau 30 tenaga kerja. Garis isocost TC menggambarkan kombinasi tenaga kerja dan modal yang dapat diperoleh dengan menggunakan uang yang tersedia. Kombinasi titik yang paling optimum bagi perusahaan adalah menggunakan 12 modal dan 12 tenaga kerja yaitu pada titik C, di mana di titik inilah terjadi persinggungan antara kurva isoquant dan garis isocost.

Tabel. 6.3. Memaksimumkan Produksi dengan Biaya Produksi Tertentu

Alternatif	Modal	Tenaga Kerja	Jumlah	Biaya Produksi
A	8	8	200 unit	300.000
B	10	10	250 unit	300.000
C	12	12	300 unit	300.000



Gambar 6.2 Memaksimumkan Produksi

Meminimumkan Biaya

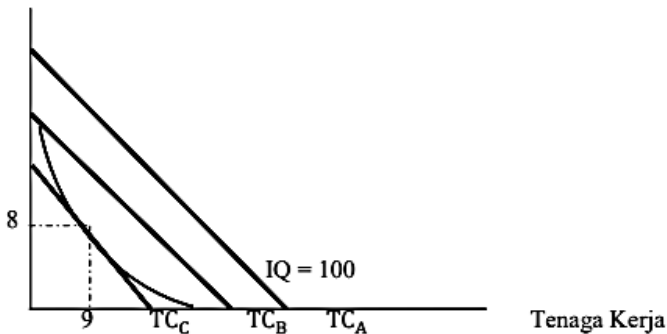
Kemudian di kasus kedua, telah ditetapkan jumlah produksi yang ingin dicapai, keadaan yang bagaimanakah yang mampu meminimumkan biaya. Langkah pertama dalam membahas hal ini diasumsikan tingkat produksi yang ingin dicapai oleh produsen adalah sebanyak 1000 unit. Dalam gambar keinginan ini digambarkan oleh kurva isoquant IQ. Kombinasi faktor produksi yang paling efisien untuk menghasilkan 1000 unit tersebut terdiri dari 9 unit tenaga kerja dan 8 unit modal kerja. Pada alternative A alternative B menghabiskan 10 unit modal dan 12 unit tenaga kerja. Sehingga yang paling efisien adalah alternatif C. dengan jumlah produksi yang sama menghabiskan 12 unit modal dan 13 tenaga kerja, sementara pada

Tabel. 6.4. Meminimumkan Biaya pada jumlah produksi tertentu

Alternatif	Modal	Tenaga Kerja	Jumlah Produksi	Biaya Produksi
A	12	13	1000 unit	310.000
B	10	12	1000 unit	270.000
C	8	9	1000 unit	210.000

Grafik

Modal



I. Prespektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif islam, perilaku seorang produsen muslim memiliki batasan syariat yang tidak boleh dilanggar, seperti larangan memproduksi barang yang haram, mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar, memungut hasil dari riba, dan kewajiban untuk mengeluarkan zakat. Hal tersebut akan mampu memengaruhi dalam kurva isoquant, di mana kurva isoquant seorang produsen muslim akan lebih rendah (dibawah) kurva isoquant seorang produsen nonmuslim, karena adanya batasan syari'at yang tidak boleh dilanggar. Dalam syariat islam, keuntungan maksimum bukanlah suatu tujuan akhir

dari perusahaan, melainkan hanya tujuan antara semata, di mana tujuan akhirnya adalah mampu memberikan yang terbaik di jalan Allah. Seorang produsen muslim dalam melakukan aktivitas produksinya selalu berjalan dalam syariat, sehingga ia tidak akan melakukan tindakan yang mampu merugikan pihak lain terutama konsumen. Produsen muslim harus berbeda dari produsen non muslim tidak hanya dari tujuan, tetapi harus pula dari kebijakan ekonomi dan strategi pasarnya, hal ini diperlihatkan sebagai berikut:

- a. Produsen muslim tidak akan terlibat dalam aktivitas yang dilarang menurut syariat islam. Misalnya: produsen muslim tidak akan memproduksi atau menjual minuman beralkohol.
- b. Produsen muslim harus menghindari strategi pasar yang dapat menyebabkan timbulnya hambatan yang dapat menyebabkan ketidakefektifan pasar.
- c. Produsen muslim harus mengikuti kompetisi yang adil dalam setiap aktivitas baik sebagai penjual maupun pembeli barang serta jasa.
- d. Produsen muslim harus menghindari seluruh praktik eksploitasi, diskriminasi, dan perdagangan yang ketat

Konsep Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

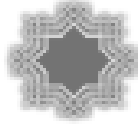
- a. Konsep produksi yang sesuai dengan nilai islam adalah konsep teknologi berproduksi konstan, dalam arti bahwa teknologi yang digunakan adalah teknologi yang memanfaatkan sumber daya manusia sedemikian rupa sehingga manusia-manusia tersebut mampu meningkatkan harkat kemanusiannya. Karenanya, permasalahan produksi bukanlah mencari teknologi berproduksi sedemikian rupa sehingga memberikan keuntungan maksimum, melainkan mencari jenis output

apa, dari berbagai kebutuhan manusia, yang diproduksi dengan teknologi yang sudah ada tersebut sehingga diperoleh masalah maksimum.

- b. Produsen dalam pandangan ekonomi islam adalah masalah maximizer. Mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis lain memang tidak dilarang, sepanjang berada pada bingkai tujuan dan hukum islam. Masalah bagi produsen terdiri dari dua komponen yaitu keuntungan dan berkah,

Optimum Masalah Condition (OMC)

- a. Menyatakan bahwasanya masalah akan mencapai tingkat maksimum jika dan hanya jika nilai dari unit terakhir yang diproduksi (BPdQ) sama dengan perubahan (tambahan) yang terjadi pada biaya total (dTR) dan pengeluaran berkah total (dBC) pada unit terakhir yang diproduksi.
- b. Tujuan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum bagi konsumen yang diwujudkan dalam pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatatn moderat, menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya, menyiapkan persediaan barang/jasa dimasa depan, serta memenuhi sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah. (M. Ridwan, Imsar, Dkk)



BAB VII

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

A. Definisi Pasar Persaingan Sempurna

Pasar adalah tempat bertemunya antara pembeli dengan penjual, dan terjadi Interaksi antara penjual dan pembeli terhadap barang dan jasa tertentu. Pasar persaingan sempurna adalah bentuk pasar dimana dipasar terdapat banyak penjual dan pembeli, setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi pasar. Pasar persaingan sempurna (Perfect Competition Market) adalah bentuk pasar yang paling tua. Bentuk pasar ini sudah dikenal sejak jaman Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of Nation*. Bentuk pasar ini sangat sangat baik digunakan oleh negara yang membutuhkan kebebasan bertransaksi bagi para pelaku ekonomi. Namun, belum ada satu negarapun yang menerapkan bentuk pasar ini secara murni. Hal ini karena secara umum masing-masing pelaku ekonomi dipasar ingin memperoleh kepentingan tersendiri. Para produsen melakukan strateginya untuk memperoleh keuntungan secara maksimal, demikian juga para konsumen ingin memperoleh kepuasan secara maksimal. (Wilson Bangun)

B. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Antara pasar persaingan sempurna (perfect competition) dan pasar persaingan murni (pure competition) ada sebagian orang yang membedakannya.

Pasar persaingan sempurna menghendaki persyaratan sedikit lebih banyak dari pada pasar persaingan murni. Namun, banyak pakar yang lebih senang memakai istilah persaingan sempurna (perfect competition) dari pada persaingan murni (pure competition). Persaingan sempurna berarti persaingan murni. Apabila persaingan murni hanya mencakup satu derajat kesempurnaan, yaitu situasi tanpa adanya monopoli sama sekali. Sedangkan persaingan sempurna pada umumnya mengandung arti terdapatnya mobilitas sempurna dari sumber daya serta adanya pengetahuan yang sempurna baik pembeli maupun penjual. Jadi persaingan dapat bersifat murni dan sempurna, atau dapat juga bersifat murni tetapi tidak sempurna (Ida Nuraini)

- a. Terdapat banyak penjual (perusahaan) dan pembeli dipasar, sehingga baik penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi pasar dan masing-masing hanya membeli dan menjual sebagian sangat kecil saja dari jumlah total yang diperdagangkan dipasar.
- b. Perusahaan menjual produk yang standar dan homogen, artinya tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara barang yang dihasilkan antara sebuah perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya. Contohnya satu gantang gandum atau selembor saham Amazon.com.
- c. Penjual dan pembeli memperoleh informasi secara sempurna tentang harga dan ketersediaan semua sumber daya dan produk .
- d. Perusahaan dan sumber daya bebas untuk bergerak dan berpindah, yaitu mereka dalam jangka tertentu dapat dengan mudah masuk atau keluar industri. Sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dapat dengan mudah dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut, produsen dapat dengan mudah masuk. Sama sekali tidak ada hambatan-hambatan, baik secara legal maupun secara teknologi (Sigit Triandaru)

- e. Produsen sebagai price taker, dimana tidak dapat menetapkan harga. Karena harga sepenuhnya ditentukan berdasarkan tarikan permintaan penawaran dipasar, sehingga setiap produsen menetapkan harga berdasarkan mekanisme yang terjadi di pasar. (M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia)

Adapun sebuah pasar persaingan sempurna harus memenuhi asumsi-asumsi berikut (Manurung):

1. Homogenitas Produk (Homogeneous Product) Yang dimaksud dengan produk yang homogen adalah produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya. Konsumen tidak membeli merek barang tetapi kegunaan barang. Karena itu semua perusahaan dianggap mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas dan karakteristik yang sama.
2. Pengetahuan Sempurna (Perfect Knowledge) Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual. Dengan demikian konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.
3. Output Perusahaan Relatif Kecil (Small Relatively Output) Semua perusahaan dalam industri (pasar) dianggap memproduksi efisien (biaya rata-rata terendah), baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kendatipun demikian jumlah output setiap perusahaan secara individu dianggap relatif kecil dibanding jumlah output seluruh perusahaan dalam industri.
4. Perusahaan Menerima Harga Yang Ditentukan Pasar (Price Taker) Konsekuensi dari asumsi ketiga adalah bahwa perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar (price taker). Karena secara individu perusahaan tidak mampu mempengaruhi harga pasar. Yang dapat

dilakukan perusahaan adalah menyesuaikan jumlah output untuk mencapai laba maksimum.

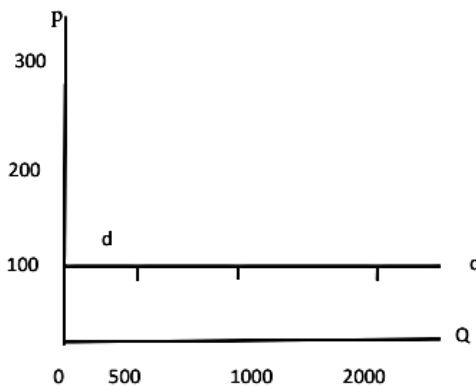
5. Keleluasaan Masuk-Keluar Pasar (Free Entry and Exit)

b Bebas masuk atau keluar berarti tidak ada biaya khusus yang menyulitkan perusahaan untuk masuk maupun keluar dari suatu pasar (Robert S. dan Daniel L.)

C. Permintaan Dan Hasil Penjualan

1. Permintaan Pasardan Perusahaan

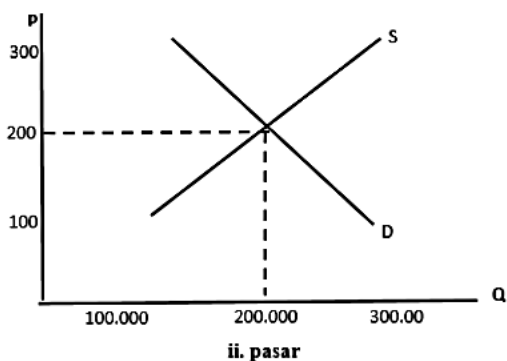
Permintaan pasar dan perusahaan Setiap perusahaan adalah pengambil harga (price taker), yaitu sebuah perusahaan tidak mempunyai hak untuk menentukan harga. Hal ini berarti berapa banyak pun barang yang diproduksi dan dijual oleh produsen, ia tidak akan dapat mengubah harga yang ditentukan oleh pasar, karena jumlah yang diproduksi itu hanya sebagian kecil dari jumlah yang diperjualbelikan di pasar. Perhatikan contoh grafik dibawah ini :



(i) Perusahaan

Gambar di atas menunjukkan permintaan yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam industri tersebut. Dapat dilihat, kurva permintaan dd adalah berbentuk satu garis yang sejajar dengan sumbu datar, dan tingkat harga yang

Dicapai adalah Rp. 200. Kurva permintaan dd adalah elastis sempurna karena hasil produksi perusahaan tersebut adalah serupa dengan produks perusahaan perusahaan lain dalam industri itu, dengan demikian jika perusahaan tersebut menaikkan harga barang produksinya maka tidak satupun hasilnya akan terjual karena para produsen bisa membeli dari produsen lainnya. Kemudian alasan lainnya yaitu karena produksi perusahaan tersebut adalah sebagian kecil saja dari pada yang diperjualbelikan dipasar, perusahaan tersebut dapat menjual barang produksinya pada harga Rp. 200. Sumbu datar pada gambar diatas menunjukkan bahwa produksi perusahaan itu adalah jauh lebih keil dari pada barang yang diperjualbelikan dipasar. Karena perusahaan itu dapat menjual semua hasil produksinya, tidak salah bagi perusahaan untuk menurunkan harga penjualan.



pada gambar ini menunjukkan permintaan dan penawaran keatas barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan dalam suatu pasar persaingan sempurna. Dapat dilihat bahwa harga pasar yang tercapai adalah Rp. 200 dan jumlah barang yang diperjualbelikan adalah 200.000 unit (Sadono Sukirno).

2. Hasil penjualan rata-rata, penerimaan total dan penerimaan marginal.
 - a. Hasil penjualan rata-rata (Average Revenue)

Penjualan rata - rata adalah penerimaan dari hasil penjualan setiap unit barang. Dengan kata lain penerimaan rata-rata adalah hasil bagi antara penerimaan total dengan jumlah penjualan. Apabila AR adalah penerimaan rata-rata, maka secara matematis, penerimaan rata-rata dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$AR = TR/Q$$

b. Penerimaan total (Total Revenue)

Penerimaan total adalah seluruh pendapatan yang diterima perusahaan atas penjualan barang hasil penjualannya. Dengan kata lain penerimaan total merupakan hasil perkalian antara harga dengan jumlah barang. Secara sistematis penerimaan total dapat diketahui melalui rumus berikut :

$$TR = P \times Q$$

c. Penerimaan marjinal (Marginal Revenue)

Penerimaan marjinal adalah penerimaan dengan menjual satu unit lagi hasil produksinya. Penerimaan marjinal merupakan hasil bagi antara perubahan jumlah penjualan. Apabila MR adalah penerimaan marjinal, maka secara matematika marjinal dapat dihitung sebagai berikut :

3. Pemaksimalan Keuntungan Jangka Pendek

Syarat pemaksimalan keuntungan yaitu

- a. Membandingkan hasil penjualan total dengan biaya total, keuntungan adalah perbedaan antara hasil penjualan total yang diperoleh dengan biaya total yang dikeluarkan. Keuntungan akan mencapai maksimum apabila perbedaan antara keduanya adalah maksimum, maka keuntungan yang maksimum akan dicapai apabila perbedaan nilai antara hasil penjualan total dengan biaya total adalah yang paling maksimum.
- b. Menunjukkan keadaan dimana hasil penjualan marjinal sama dengan biaya marjinal. Cara ini dengan menggunakan kurva atau data biaya rata-rata dan biaya marjinal. Pemaksimalan keuntungan dicapai pada

tingkat produksi dimana hasil penjualan marjinal (MR) sama dengan biaya marjinal (MC) atau $MR = MC$. Suatu perusahaan akan menambah keuntungannya apabila menambah produksinya pada ketika $MR > MC$ yaitu hasil penjualan marjinal (MR) melebihi biaya marjinal (MC). Dalam keadaan ini pertambahan produksi dan penjualan akan menambah keuntungannya. Dalam keadaan sebaliknya, yaitu apabila $MR < MC$, mengurangi produksi dan penjualan akan menambah untung. Maka keuntungan maksimum di capai dalam keadaan dimana $MR = MC$ berlaku.

1) Jumlah produksi dan biaya produksi

Jumlah produksi (1)	TFC (2)	TVC (3)	TC (4)	MC (5)	AFC (6)	AVC (7)	AC (8)
0	50	0	50	-	-	-	-
2	50	50	100	25	25	25	50
6	50	100	150	12.5	12.5	16.7	25
12	50	150	200	8.3	8.3	12.5	16.7
20	50	200	250	6.25	6.25	10	12.5
27	50	250	300	7.1	7.1	9.3	11.1
33	50	300	350	8.3	8.3	9.1	10.6
38	50	350	400	10.0	10.0	9.2	10.5
42	50	400	450	12.5	12.5	9.5	10.7
45	50	450	500	16.7	16.7	10	11.1
47	50	500	550	25	25	10.6	11.7

Keterangan:

- Kolom (1) menunjukkan berbagai jumlah produksi yang dapat dicapai.
- Kolom (2) menggambarkan biaya tetap total yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli input tetap yang digunakan dalam proses produksi.
- Kolom (3) menunjukkan biaya berubah total yaitu semua biaya yang dibelanjakan untuk membeli input berubah (tenaga kerja).
- Dengan menjumlahkan biaya tetap total (kolom 2) dengan biaya berubah total kolom (3) diperoleh biaya total yaitu seperti ditunjukkan dalam kolom (4).

- e. Biaya marjinal yaitu tambahan biaya yang perlu dikeluarkan untuk menambah satu unit produksi (kolom 5)
- f. Kolom (6) menunjukkan biaya tetap rata-rata, yaitu biaya berubah total dibagi dengan jumlah produksi.
- g. Biaya total rata-rata ditunjukkan dengan kolom (8). Biaya ini menggambarkan biaya per unit untuk menghasilkan suatu barang.

Ciri-ciri dari data dan kurva berbagai jenis biaya :

- a. Biaya berubah total mula-mula mengalami kenaikan yang lambat, akan tetapi setelah satu tingkat produksi tertentu kenaikannya makin lama makin cepat.
- b. Biaya total mempunyai sifat yang sama dengan biaya berubah total
- c. Biaya tetap rata-rata semakin lama semakin kecil. Oleh sebab itu biaya tetap rata-rata menurun dari kiri atas ke kanan bawah.
- d. Biaya berubah rata-rata, biaya rata-rata dan biaya marjinal, mempunyai sifat yang sama; pada tingkat produksi yang rendah ketiga jenis biaya tersebut semakin menurun apabila produksi meningkat, tetapi pada pada produksi yang lebih tinggi biaya-biaya tersebut akan semakin tinggi apabila produksi ditambah. Berdasarkan sifat ini kurva untuk ketiga jenis biaya berbentuk huruf "U"

2) Jumlah produksi dan hasil penjualan

Jumlah Produksi (Q)	Harga (P)	Hasil Penjualan Total (TR = P x Q)	Hasil Penjualan Total rata-rata (AR)	Hasil Penjualan Marjinal (MR)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0	150	-	-	-
1	150	150	150	150
2	150	300	150	150
3	150	450	150	150
4	150	600	150	150
5	150	750	150	150
6	150	900	150	150
7	150	1050	150	150
8	150	1200	150	150
9	150	1350	150	150
10	150	1500	150	50

Keterangan :

- kolom (1), menggambarkan jumlah produksi yang dapat dicapai.
- Kolom (2) menunjukkan tingkat harga barang yang diproduksi. Harga seunit tetap Rp. 150 ribu oleh karena produsen tersebut berada dipasar persaingan sempurna.
- Kolom (3) menunjukkan hasil penjualan total yang akan diterima oleh produsen pada berbagai tingkat produksi. Dihitung dengan rumus : $TR = P \times Q$ dimana TR adalah jumlah hasil penjualan, P adalah tingkat harga dan Q adalah jumlah produksi.
- Kolom (4), menunjukkan hasil penjualan rata-rata. Dalam persaingan sempurna harga adalah tetap, walau berapapun jumlah produksi yang dilakukan. Oleh sebab itu $AR = P$.
- Kolom (5), menunjukkan hasil penjualan marjinal yaitu tambahan hasil penjualan yang disebabkan oleh pertambahan seunit barang yang dijual. Oleh karena itu harga adalah tetap, maka hasil penjualan marjinal adalah sama dengan tingkat harga.

D. Kelebihan Dan Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna

Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

- a. Persaingan sempurna memaksimumkan efisiensi.
 1. Efisiensi produktif memiliki dua syarat untuk setiap biaya produksi, pertama biaya yang dikeluarkan adalah yang paling minimum. dan yang kedua, industri secara keseluruhan harus memproduksi barang pada biaya rata-rata yang paling rendah. Yaitu pada titik kurva AC mencapai titik yang paling rendah.
 2. Efisiensi alokatif, alokasi sumber daya mencapai efisiensi yang maksimum apabila harga barang sama dengan biaya marjinal untuk memproduksi barang tersebut. $\text{Harga} = \text{biaya marjinal}$ (Sadono Sukirno)
- b. Pasar persaingan sempurna memberikan penjelasan tentang perilaku dalam dunia ideal, dimana perusahaan dapat memproduksi dalam skala yang efisien dengan harga output yang termurah. Konsekuensi modal pasar persaingan sempurna bagi masyarakat adalah pasar ini memberikan tingkat kemakmuran dan kenikmatan yang maksimal karena :
 1. Harga jual output barang dan jasa yang termurah, sebab skala produksi yang efisien.
 2. Jumlah output paling banyak sehingga rasio output per penduduk maksimal, karena setiap penduduk memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan dan ini berarti kemakmuran maksimal.
 3. Masyarakat merasa nyaman dalam mengonsumsi karena tidak perlu membuang waktu untuk memilih barang dan jasa (produk homogen) dan tidak takut ditipu dalam kualitas dan harga (informasi sempurna).

4. Diproduksikan barang-barang yang diperlukan konsumen dengan ongkos produksi yang minimum, berarti semua skala ekonomis telah dimanfaatkan, hal ini tergambar pada AC minimum.

Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna :

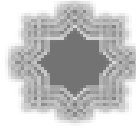
Model pasar persaingan sempurna memiliki beberapa kelemahan, yaitu :

1. Kelemahan dalam hal asumsi, dimana asumsi yang digunakan mustahil untuk terwujud dalam dunia nyata.
2. Kelemahan dalam pengembangan teknologi, sebab perusahaan tidak mempunyai dana cukup untuk kegiatan riset dan pengembangan produknya. Padahal kegiatan ini dibutuhkan untuk memperoleh teknologi produksi yang meningkatkan efisiensi produksi.
3. Konflik efisiensi keadilan, dimana pasar persaingan sempurna sangat menekankan efisiensi, tetapi dalam dunia nyata hal ini menimbulkan masalah ketidakadilan.
4. Distribusi pendapatan tidak selalu merata.
5. Persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya sosial, karena ada biaya sosial yang tidak tercakup dalam biaya perusahaan.

E. Pasar Persaingan Sempurna Menurut Perspektif Islam

Menurut islam ini adalah struktur pasar yang ideal terjadi, dimana penentuan harga sepenuhnya ditentukan oleh tarikan permintaan dan penawaran di pasar, tidak ada intervensi pasar. Rasulullah SAW sangat menjunjung tinggi pembentukan harga yang terjadi akibat pembentukan mekanisme pasar yang terjadi. Apabila Adam Smith mengatakan bahwasanya mekanisme pasar terjadi oleh adanya invisible hand (tangan –tangan ghaib) sebenarnya yang dikatakan tersebut terinspirasi oleh pemikiran

ekonom muslim terdahulu. Namun, struktur pasar persaingan sempurna tidaklah mungkin dapat terjadi dalam kehidupan nyata meskipun baik dalam ekonomi konvensional, maupun islam keduanya mengatakan bahwa struktur persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling baik dibandingkan dengan struktur pasar yang lainnya (Rianto Al Arif & Euis Amalia).



BAB VIII

PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

A. Definisi Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada diantara dua jenis pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh sebab itu sifat-sifatnya mengandung unsure-unsur sifat monopoli, dan unsure-unsur sifat pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (Sadono Sukirno).

Dalam pasar persaingan monopolistik konsumen merasakan adanya perbedaan karakteristik Dari komoditas-komoditas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan komoditas-komoditas yang dihasilkan perusahaan lainnya. Dalam hal ini dijumpai banyak aspek deferensiasi komoditas. Sebagai contohnya, perbedaan komoditas bisa didasarkan atas perbedaan bentuk fisiknya seperti bedafungsi, design dan kualitas. Perbedaan juga dapat dijumpai dalam kaitannya dengan merk, logo atau kemasan. Lebih lanjut perbedaan juga dapat dijumpai dalam kaitannya dengan hal-hal yang terkait dengan penjualan seperti jangka

waktu kredit, ketersediaan komoditas, kemudahan dalam memperolehnya, pelayanan purna jual, lokasi perolehan komoditas, pelayanan dan sebagainya. Pakaian, obat-obatan, kosmetik, restaurant dan banyak komoditas makanan adalah contoh-contoh komoditas monopolistic yang umum dijumpai dalam kehidupan sehari-hari (M. Ridwan, MA).

A. Ciri-Ciri Pasar Persaingan Monopolistik

1. Terdapat Banyak Penjual Terdapat cukup banyak penjual dalam pasar persaingan monopolistik, namun demikian ia tidaklah sebanyak dalam pasar persaingan sempurna. Apabila didalam pasar sudah terdapat beberapa puluh perusahaan, maka pasar persaingan monopolistik sudah mungkin wujud. Yang penting, tidak satupun dari perusahaan-perusahaan tersebut ukuran/besarnya jauh melebihi dari perusahaan-perusahaan lainnya. Perusahaan dalam pasaran monopolistik mempunyai ukuran yang relative sama besarnya. Keadaan ini menyebabkan produksi suatu perusahaan relative sedikit kalau dibandingkan dengan keseluruhan produksi dalam keseluruhan pasar (Sadono Sukirno). Karena halangan masuk hanya rendah saja, perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik dapat keluar atau masuk pasar dengan mudah. Akibatnya, ada cukup banyak penjual yang membuat mereka dalam posisi persaingan. Terdapat juga cukup banyak penjual yang membuat mereka dalam posisi persaingan. Terdapat juga cukup banyak penjual sehingga menyebabkan masing-masing mengalami kesulitan untuk membuat keputusan yang tepat. Sebagai contoh, disuatu daerah metropolitan, masing-masing restoran, pompa bensin, toko obat, toko persewaan, video, binatu, atau toko grosir mini cenderung untuk bertindak secara sendiri-sendiri atau independen. Pada struktur pasar yang lain, mungkin hanya terdapat dua atau tiga penjual pada setiap pasar, sehingga mereka saling mengamati; tindakan mereka menjadi saling tergantung atau interdependent (Sigit Triandaru).

2. Barangnya Bersifat Berbeda Corak. Ciri ini merupakan sifat yang penting dalam membedakan antara pasar persaingan monopolistik dan pasar persaingan sempurna. Seperti telah diterangkan, dalam persaingan sempurna produksi berbagai perusahaan adalah serupa. Oleh karenanya sukar membedakan yang mana yang merupakan produksi suatu perusahaan, dan mana pula produksi perusahaan lainnya. Perusahaan dalam pasar persaingan monopolistic berbeda coraknya (differentiated product) dan secara fisik mudah dibedakan diantara produksi suatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya. Di samping perbedaan dalam bentuk fisik barang tersebut terdapat pula perbedaan-perbedaan dalam pengemasannya, perbedaan dalam bentuk “jasa perusahaan setelah penjualan” (after-sale service) dan perbedaan dalam cara membayar barang yang dibeli. Sebagai akibat dari perbedaan-perbedaan ini, barang yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistic bukanlah barang yang bersifat pengganti sempurna (perfect substitute) kepada barang yang diproduksi perusahaan lain. Mereka hanya merupakan pengganti yang dekat atau close substitute. Perbedaan dalam sifat barang yang dihasilkan inilah yang menjadi sumber dari adanya kekuasaan monopoli, walaupun kecil, yang dimiliki oleh perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik (Sadono Sukirno).

Perbedaan Fisik. Contoh: shampoo berbeda dalam warna, bau, kekentalan, kuantitas busa, dan desain tumbol. Mereka tertentu diarahkan bagi konsumen dengan ketombe, ada yang untuk rambut normal, atau ada juga yang untuk rambut berminyak. Kemasan juga dirancang agar produk tampak menonjol bila didekatkan dengan produk lain, seperti misalnya celana ketat dikemas dalam karton berbentuk telur (L’eggs), sop instan dalam cangkir (Cup O’Soup), dan kartu baseball dalam kaleng (Pinnacle).

Lokasi. Jumlah dan jenis lokasi tersedianya produk juga merupakan salah satu alat deferensiasi. Beberapa produk bisa terdapat dimana saja, termasuk internet; produk yang lain perlu dicari dan perlu menempuh suatu perjalanan tertentu. Jika anda tinggal didaerah metropolitan, anda pasti terbiasa dengan toko-toko grosir mini. Masing-masing toko ingin menjadi yang paling dekat pada saat anda membutuhkan satu gallon susu dan satu kantong Dorito, maka muncul pertokoan dimana-mana. Toko grosir mini ini menjual berbagai barang kebutuhan anda. Harganya lebih tinggi dan pilihan produknya lebih terbatas dibandingkan toko grosir pada umumnya. Hanya saja, toko grosir mini lebih dekat dengan pelanggan, tidak ada antrian panjang, dan buka sampai lebih larut malam. Layanan. Produk juga berbeda-beda atas dasar layanan yang diberikan. Sebagai contoh: banyak penjual pizza (seperti Domino's) dan banyak penjual buku (seperti Amazon) memberikan layanan pengiriman; sementara penjual yang lain tidak memberikan layanan tersebut. Beberapa toko eceran memberikan layanan demo produk oleh tenaga penjual yang terlatih; sementara toko yang lain hanya self-service saja. Beberapa produk didukung layanan on-line dan nomor bebas pulsa; sementara produk lain membiarkan anda mencari sendiri. Beberapa produk memberikan layanan pengembalian uang; sementara yang lain tidak.

Citra produk. Cara terakhir perbedaan produk adalah jenis citra atau image yang ingin ditampilkan oleh produsen dalam benak konsumen. Sebagai contoh, produsen alas kaki dan pakaian sering kali mengandalkan tendangan atlit dan selebritas yang lain. Beberapa produsen berusaha menunjukkan kualitas yang tinggi atas dasar tempat produk tersebut dijual, seperti shampoo yang hanya dijual disalon kecantikan. Beberapa produk

meencoba untuk member citra ramah lingkungan dengan cara menekankan penggunaan bahan kemasan yang dapat didaur ulang (Sigit Triandaru).

3. Perusahaan Mempunyai Sedikit Kekuasaan Mempengaruhi Harga. Berbeda dengan perusahaan dalam pasar persaingan sempurna, yang tidak mempunyai kekuasaan dalam mempengaruhi harga, perusahaan dalam pasar persaingan monopolistic dapat mempengaruhi harga. Namun demikian pengaruhnya ini relative kecil kalau dibandingkan dengan perusahaan ologopoli dan monopoli. Kekuasaan mempengaruhi harga oleh perusahaan monopolistic bersumber dari sifat barang yang dihasilkannya, yaitu yang bersifat berbeda corak atau *differentiated product*. Perbedaan ini menyebabkan para pembeli bersifat memilih, yaitu lebih menyukai barang dari suatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai barang yang dihasilkan perusahaan lainnya. Maka apabila sesuatu perusahaan menaikkan harga barangnya, ia masih dapat menarik pembeli walaupun jumlah pembelinya tidak sebanyak seperti sebelum kenaikan harga. Sebaliknya, apabila perusahaan menurunkan harga, tidaklah mudah untuk menjual semua barang yang diproduksikannya. Banyak diantara konsumen di pasar masih tetap membeli barang yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan lain, walaupun harganya sudah menjadi relative lebih mahal. Contohnya meliputi berbagai toko grosir mini yang tersebar diseluruh daerah metropolitan atau puluhan stasiun radio yang berebut pendengar. Karena produk dari berbagai produsen sedikit berbeda (sebagai contoh, toko tertentu lebih dekat dengan anda dibandingkan yang lain), kurva permintaan yang dihadapi masing-masing tidaklah horizontal tetapi berslope negative. Masing-masing produsen dengan demikian dapat mengendalikan harga yang ditetapkannya. Jadi, produsen dalam pasar ini bukanlah sebagai *price taker* (seperti dalam persaingan sempurna), tetapi mereka sebagai *price searcher*.

4. Kemasukan Dalam Industri Relatif Mudah Perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha didalam pasar persaingan monopolistic tidak akan banyak mengalami kesukaran. Hambatan yang dihadapi tidaklah seberapa seperti didalam oligopoli dan monopoli. Tetapi kemasukan tidaklah semudah seperti didalam pasar persaingan sempurna. Beberapa faktor menyebabkan hal ini. Yang pertama ialah karena modal yang diperlukan adalah relative besar kalau dibandingkan dengan mendirikan perusahaan dalam pasar persaingan sempurna. Yang kedua ialah karena perusahaan itu harus menghasilkan barang-barang yang berbeda coraknya dengan yang sudah tersedia dipasar, dan mempromosikan barang tersebut untuk memperoleh langganan. Maka perusahaan baru pada dasarnya harus berusaha memproduksi barang yang lebih menarik dari yang sudah ada dipasar, dan harus dapat meyakinkan konsumen akan kebaikan mutu barang tersebut.
5. Persaingan Mempromosi Penjualan Yang Sangat Aktif Harga bukanlah penentu utama dari besarnya pasar dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik. Sesuatu perusahaan mungkin menjual barangnya dengan harga relative tinggi, tetapi masih tetap dapat menarik banyak langganan. Keadaan seperti ini menimbulkan daya tarik yang berbeda kepada para pembeli. Maka untuk mempengaruhi citarasa pembeli, para pengusaha melakukan persaingan bukan-harga (non price competition). Persaingan yang demikian itu antara lain adalah dalam memperbaiki mutu dan desain barang, melakukan kegiatan iklan yang terus menerus, memberikan syarat penjualan yang menarik, dan sebagainya. Jika dipikirkan sejenak, ternyata banyak sekali pasar dengan sifat-sifat tersebut: CD, film, permainan computer, restoran, les piano, kue, furniture, dan sebagainya.

B. Kesamaan Dan Perbedaan Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Monopolistik

Bagaimana perbandingan antara persaingan monopolistik dan persaingan sempurna dalam efesiesnya? Dalam jangka panjang, baik perusahaan dalam persaingan monopolistik maupun dalam pasar persaingan sempurna tidak dapat memperoleh laba ekonomi, lalu apa bedanya? Perbedaannya terletak pada kurva permintaan yang dihadapi masing-masing perusahaan dalam kedua struktur pasar tersebut. Peraga 3 menampilkan harga dan kuantitas ekuilibrium jangka panjang untuk masing-masing perusahaan pada kedua struktur pasar tersebut. Dengan asumsi bahwa kedua perusahaan mempunyai kurva biaya yang serupa. Pada masing-masing struktur, kurva biaya marginal memotong kurva permintaan marginal pada tingkat output yang menyebabkan kurva biaya total rata-rata bersinggung dengan kurva permintaan yang dihadapi masing-masing perusahaan.

Kurva permintaan yang dihadapi perusahaan dalam persaingan sempurna adalah garis horizontal pada harga pasar, seperti ditunjukkan pada panel (a). kurva permintaan ini menyinggung titik terendah kurva biaya total rata-rata jangka panjang. Jadi, perusahaan dalam pasar persaingan sempurna memproduksi pada biaya rata-rata terendah dalam jangka panjang. Pada panel (b), perusahaan dalam persaingan monopolistik menghadapi kurva permintaan yang mempunyai kemiringan negative karena produknya sedikit banyak perbedaan dari produsen yang lain. Dalam jangka panjang, perusahaan dalam persaingan monopolistik memproduksi pada tingkat yang lebih kecil daripada tingkat yang menghasilkan biaya rata-rata terendah. Jadi, harga dan biaya rata-rata dalam persaingan monopolistik (p' pada panel

(b) lebih besar dari pada harga dan biaya rata-rata dalam pasar persaingan sempurna (p pada panel (a)). *jika perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai kurva biaya yang sama, perusahaan dalam persaingan monopolistik berproduksi lebih kecil dan menetapkan harga lebih besar daripada perusahaan dalam pasar persaingan sempurna.*

Perusahaan dalam persaingan monopolistik tidak berproduksi pada biaya rata-rata minimum. Perusahaan tersebut dikatakan mempunyai kelebihan kapasitas (*excess capacity*), karena tingkat produksi lebih rendah daripada tingkat yang menghasilkan biaya rata-rata terendah. Kelebihan kapasitas berarti bahwa produsen sebenarnya dapat dengan mudah memenuhi permintaan yang lebih besar dan menurunkan biaya produksi biaya rata-rata. Karena nilai produksi marginal melebihi biaya produksi marginal, maka nilai marginal dari kenaikan output akan melebihi biaya marginalnya; sehingga kesejahteraan ekonomi akan meningkat pula. Kelebihan kapasitas tersebut terjadi pada pompa bensin, toko obat, toko grosir mini, restoran, hotel, toko buku, toko bunga, dan perusahaan dalam industry dengan persaingan monopolistic lain. Satu contoh yang sesuai adalah usaha rumah pemakaman. Analisis menyatakan bahwa 23.000 rumah pemakaman di Amerika sebenarnya dapat secara efisien menangani 4 juta pemakaman per tahun, tetapi kenyataan yang mati hanya 2'5 juta orang. Jadi industry ini beroperasi hanya pada 60 persen kapasitasnya, sehingga biaya rata-rata per pemakaman menjadi lebih tinggi karena sumber daya yang ada sering menganggur atau tidak digunakan.

C. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Monopolistik

1. Kelebihan pasar monopolistis.

- a) Banyaknya produsen di pasar memberikan keuntungan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.
- b) Kebebasan keluar masuk bagi produsen, mendorong produsen untuk selalu melakukan inovasi dalam menghasilkan produknya.
- c) Diferensiasi produk mendorong konsumen untuk selektif dalam menentukan produk yang akan dibelinya, dan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.
- d) Pasar ini relatif mudah dijumpai oleh konsumen, karena sebagian besar kebutuhan sehari-hari tersedia dalam pasar monopolistik.

2. Kekurangan Pasar Monopolitis

- a) Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.
- b) Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk ke dalam pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.
- c) Pasar ini mendorong produsen untuk selalu berinovasi, sehingga akan meningkatkan biaya produksi yang akan berimbas pada harga produk yang harus dibayar oleh konsumen.

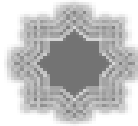
D. Pasar Monopolistik Dalam Perspektif Islam

Monopoli secara harfiah berarti di pasar hanya ada satu penjual. Frank Fisher menjelaskan kekuatan monopoli sebagai “*the ability to act in unconstrained way*” (kemampuan

bertindak dalam menentukan harga} dengan caranya sendiri), sedangkan Besanko (et. Al) menjelaskan monopoli sebagai penjual yang menghadapi "*Little or no competition*" (kecil atau tidak ada persaingan) di pasar. Dalam islam keberadaan satu penjual di pasar, atau adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang, siapapun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Jadi monopoli dalam artian harfiah, boleh-boleh saja. Akan tetapi, siapapun dia tidak boleh melakukan ihtikar. Pandangan Islam terhadap keberadaan satu penjual di pasar (pasar monopoli), atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang. Namun perlu diketahui bahwa Islam tidak membolehkan adanya Ihtikhar. Ihtikhar adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Abu Hurairah r.a meriwayatkan hadis Nabi SAW, sebagai berikut:

"Barangsiapa yang melakukan ihtikar untuk merusak harga pasar sehingga harga pasar naik secara tajam, maka ia berdosa." (Riwayat Ibnu Majah dan Ahmad)

Secara lebih spesifik mazhab Syafi'i dan Hanbali mendefinisikan ihtikar sebagai: "Menimbun barang yang telah dibeli pada saat harga bergejolak tinggi untuk menjualnya dengan harga yang lebih tinggi pada saat dibutuhkan oleh penduduk setempat atau lainnya"(Adiwarman. Karim).



BAB IX

BARANG PUBLIK DAN EKSTERNALITAS

A. Barang Publik

Barang Publik (*public goods*) adalah barang-barang yang tidak memiliki sifat ekskludabilitas maupun sifat bersaing. Artinya, siapa saja tidak bisa dicegah untuk memakai atau memanfaatkan barang ini, dan pemakaiannya oleh seseorang tidak akan menghilangkan atau mengurangi peluang orang lain untuk melakukan hal yang sama (Gregory Mankiw). Karena jenis barang ini penggunaannya dilakukan secara bersama dan dinikmati bersama oleh masyarakat, namun terkadang timbul biaya untuk memungut pembayaran dari orang-orang yang menikmati jasa-jasa tersebut. Contoh barang publik ini ialah udara, cahaya matahari, jalan raya, siaran radio, kegiatan bantuan polisi dan ketenteraan, jasa-jasa pengamat cuaca, dan lain sebagainya (Sadono Sukirno). Contoh lain yang sering dipakai adalah mercu suar untuk mengetahui letak pelabuhan di malam hari. Pemanfaatannya oleh kapal tangki minyak

tidak menghalang-halangi kesempatan bagi nelayan untuk ikut mempergunakannya. Apabila diperluas barang umum itu termasuk jalan besar, jembatan, perpustakaan dan sebagainya. Oleh karena itu produksinya membutuhkan biaya besar biasanya produksi barang-barang publik ini menjadi tanggung jawab pemerintah. Makin banyak yang mempergunakan berarti makin efisiensi penggunaan barang umum atau publik tersebut. Karena biaya persatuan penggunaan lebih rendah, makin banyak digunakan, makin tinggi tingkat kesejahteraan sosial yang dapat dicapai (Sudarsono).

1. Sifat Barang

Publik Barang publik memiliki dua sifat atau dua aspek yang terkait dengan penggunaannya, yaitu :

- a) Non-rivalry Berarti bahwa penggunaan satu konsumen terhadap suatu barang tidak akan mengurangi kesempatan konsumen lain untuk juga mengkonsumsi barang tersebut. Setiap orang dapat mengambil manfaat dari barang tersebut tanpa mempengaruhi manfaat yang diperoleh orang lain. Contoh, dalam kondisi normal, apabila kita menikmati udara bersih dan sinar matahari, orang-orang di sekitar kita pun tetap dapat mengambil manfaat yang sama.
- b) Non-excludable Berarti bahwa apabila suatu barang publik tersedia, tidak ada yang dapat menghalangi siapapun untuk memperoleh manfaat dari barang tersebut. Dalam konteks pasar, maka baik mereka yang membayar maupun tidak membayar dapat menikmati barang tersebut. Contoh, masyarakat membayar pajak kemudian diantaranya digunakan untuk membiayai penyelenggaraan jasa kepolisian, dapat menggunakan jasa kepolisian tersebut tidak hanya terbatas pada yang membayar pajak saja. Mereka yang tidak membayar pun dapat mengambil

menfaat atas jasa tersebut. Singkatnya, tidak ada yang dapat dikecualikan (excludable) dalam mengambil manfaat atas barang publik.

2. Barang Publik yang Penting

Banyak sekali bentuk barang publik itu, namun di sini kami hanya akan membahas tiga contoh yang terpenting (Gregory Mankiw):

1. Pertahanan Nasional Keamanan suatu negara karena kemampuannya menghalau setiap serangan dari luar merupakan contoh barang publik yang paling klasik, sekaligus yang paling mahal (untuk Amerika Serikat). Para ekonom yang selalu menganjurkan cakupan pemerintah yang sekecil mungkin (agar efisiensi dan tidak terlalu banyak mencampuri perekonomian) juga sependapat bahwa pertahanan nasional adalah barang publik yang harus disediakan oleh pemerintah.
2. Riset Pengetahuan Dasar Penciptaan pengetahuan-pengetahuan dasar (atau ilmu murni) merupakan suatu bentuk barang publik. Jika seorang ahli matematika menemukan sebuah formulasi atau teorema baru, maka pengetahuan dasar itu akan segera menyebar ke masyarakat, dan siapa saja bisa memanfaatkannya dengan Cuma-Cuma. Mengingat pengetahuan itu adalah sebuah barang publik, maka perusahaan-perusahaan swasta pencari laba biasanya enggan membiayai sendiri riset-riset semacam itu karena biayanya mahal. Mereka akan berusaha menjadi penumpang gratis saja, Mereka menunggu pihak lain yang menemukan pengetahuan baru ini, dan mereka tinggal memanfaatkannya saja. Akibatnya, sumber daya yang dialokasikan pasar swasta untuk penciptaan pengetahuan dasar pun jauh dari memadai.
3. Pengentasan Kemiskinan Banyak program pemerintah yang khusus dirancang untuk membantu

penduduk miskin,. Sistem kesejahteraan yang secara resmi dinamakan bantuan temporer bagi keluarga miskin (temporary assistance for needy families) diberikan kepada sebagian keluarga miskin yang berpenghasilan rendah. Begitu juga program bantuan pangan murah (*food stamp*) yang dimaksudkan untuk mengurangi beban biaya penyediaan pangan bagi keluarga miskin. Program-program ini dibiayai dengan uang pajak yang dipungut pemerintah, dari keluarga atau individu yang secara finansial lebih kuat.

B. Sumber Daya Milik Bersama

Sumber daya milik bersama (common resources) adalah barang-barang yang tidak memiliki sifat ekskludabilitas, namun memiliki sifat bersaing. Contohnya adalah ikan-ikan yang ada di laut. Tidak ada yang melarang seseorang menangkap ikan di laut, atau meminta bayaran kepada para nelayan atas ikan-ikan yang mereka tangkap. Namun pada saat seseorang melakukannya, maka jumlah ikan yang ada di laut dengan sendirinya menjadi berkurang dan akan mengurangi kesempatan bagi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Adapun beberapa contoh sumber daya milik bersama yang penting yang menonjol, diantaranya yaitu : air & udara bersih, cadangan minyak bawah tanah, jalan raya, ikan dilautan dan satwa liar lainnya

C. Eksternalitas dan Ketidakefisienan Pasar

Menurut N. Gregory Mankiw, eksternalitas (externality) adalah dampak yang timbul karena tindakan seseorang atau suatu pihak terhadap kesejahteraan atau kondisi orang/pihak lain dan orang tersebut tidak membayar maupun menerima kompensasi dari dampak tindakan itu (Iskandar Putong). Dengan adanya eksternalitas, maka

kepentingan masyarakat atas hasil-hasil suatu pasar tidak hanya mempengaruhi kesejahteraan pembeli dan penjual, melainkan juga kesejahteraan pihak-pihak lain (di luar pembeli dan penjual). Karena para pembeli dan penjual biasanya mengabaikan dampak-dampak eksternal dari tindakan mereka dalam memutuskan permintaan dan penawaran mereka, maka eksternalitas akan selalu timbul, dan keberadaannya mengakibatkan pasar yang berada dalam kondisi ekuilibrium tidak efisien lagi. Jadi, akibat dari adanya eksternalitas itu, ekuilibrium pasar tidak akan mampu memaksimalkan kesejahteraan total bagi suatu masyarakat secara keseluruhan.

Eksternalitas timbul pada dasarnya karena aktivitas manusia yang tidak mengikuti prinsip-prinsip ekonomi yang berwawasan lingkungan. Dalam pandangan ekonomi, eksternalitas dan ketidakefisienan timbul karena salah satu atau lebih dari prinsip-prinsip alokasi sumber daya yang efisien tidak terpenuhi. Karakteristik barang atau sumber daya publik, ketidaksempurnaan pasar, kegagalan pemerintah merupakan keadaan-keadaan dimana unsur hak pemilikan atau pengusahaan sumber daya (*property rights*) tidak terpenuhi. Sejauh semua faktor ini tidak ditangani dengan baik, maka eksternalitas dan ketidakefisienan ini tidak bisa dihindari. Kalau ini dibiarkan, maka ini akan memberikan dampak yang tidak menguntungkan terhadap ekonomi terutama dalam jangka panjang. Bagaimana mekanisme timbulnya eksternalitas dan ketidakefisienan dari alokasi sumber daya sebagai akibat dari adanya faktor di atas diuraikan satu per satu berikut ini :

1. Keberadaan barang publik Barang publik (*public goods*) adalah barang yang apabila dikonsumsi oleh individu tertentu tidak akan mengurangi konsumsi orang lain akan barang tersebut. Selanjutnya, barang publik sempurna

(*pure public good*) didefinisikan sebagai barang yang harus disediakan dalam jumlah dan kualitas yang sama terhadap seluruh anggota masyarakat.

2. Ketidaktelesmpurnaan pasar Masalah lingkungan bisa juga terjadi ketika salah satu partisipan didalam suatu tukar manukar hak-hak kepemilikan (*property rights*) mampu mempengaruhi hasil yang terjadi (*outcome*). Hal ini bisa terjadi pada pasar yang tidak sempurna (*inperfect market*) seperti pada kasus monopoli (penjual tunggal).
3. Kegagalan Pemerintah Sumber ketidakefisienan atau eksternalitas tidak saja diakibatkan oleh kegagalan pasar tetapi juga karena kegagalan pemerintah (*government failure*). Kegagalan pemerintah banyak diakibatkan karena kepentingan pemerintah sendiri atau kelompok tertentu (*interest groups*) yang tidak mendorong efisiensi. Kelompok tertentu ini memanfaatkan pemerintah untuk mencari keuntungan (*rent seeking*) melalui proses politik.

Eksternalitas dapat dibagi menjadi dua, yaitu : eksternalitas produksi yang positif dan negatif dan eksternalitas konsumsi yang positif dan negatif (Gregory Mankiw).

Eksternalitas produksi yang positif dan negatif

- a. Eksternalitas positif dari produksi. Hal ini terjadi bila kuantitas keseimbangan pasar lebih besar dari pada kuantitas optimum (biaya sosial yang ditanggung lebih kecil dari pada biaya produksi), maksudnya adalah barang-barang yang dihasilkan dalam produksi tersebut memberikan manfaat yang lebih besar dari pada ongkos yang harus di tanggung oleh masyarakat karena keberadaan produk tersebut. Misalkan saja produk pendidikan manfaatnya jelas lebih besar dari pada kerugiannya. Komputer jelas memberikan dampak positif yang manfaatnya lebih besar dari pada

negatifnya. Handphone jelas memberikan dampak positif yang lebih besar dari pada negatifnya (meskipun keberadaan komputer dan handphone sering disalahgunakan). Contoh lain yang dapat dikemukakan disini adalah pasar robot industri (robot yang khusus dirancang untuk melakukan kegiatan atau fungsi tertentu di pabrik-pabrik). Robot adalah ujung tombak kemajuan teknologi yang mutakhir. Sebuah perusahaan yang mampu membuat robot, akan berkesempatan besar menemukan rancangan-rancangan rekayasa baru yang serba lebih baik. Rancangan ini tidak hanya akan menguntungkan perusahaan yang bersangkutan, namun juga masyarakat secara keseluruhan karena pada akhirnya rancangan itu akan menjadi pengetahuan umum yang bermanfaat. Eksternalitas positif seperti ini biasa disebut imbasan teknologi (*technology spillover*). Berkat adanya imbasan teknologi, biaya sosial untuk memproduksi sebuah robot menjadi lebih kecil dari pada biaya pribadinya. Biaya sosial tersebut diperoleh dari biaya pribadi dikurangi nilai imbasan teknologi. Oleh karena itu, Pemerintah tentu saja ingin lebih banyak memproduksi robot dibanding produsennya sendiri.

- b. Eksternalitas negatif dari produksi Hal ini terjadi bila kuantitas keseimbangan pasar lebih kecil dari kuantitas keseimbangan optimum (dalam arti biaya sosial yang ditanggung oleh masyarakat atas kegiatan produksi dan hasil produksi lebih besar dari pada manfaatnya). Daun ganja sangat bermanfaat bagi kedokteran dan bumbu masakan, kan tetapi melalui proses yang rumit, daun ganja itu kemudian di jadikan zat additive yang dikonsumsi untuk meningkatkan vitalitas tubuh yang berlebihan sehingga merusak tubuh dan saraf bagi penggunanya, pengguna akan

menjadi pecandu, dalam jangka waktu yang tidak lama, pecandu itu akan menjadi beban pemerintah, masyarakat dan Negara, produsen ganja menikmati keuntungan harga mahal karena langkah dan dibutuhkan, sementara Negara dirugikan karena harus menanggung beban keamanan, kerusakan mental dan penanggulangannya. Jadi produksi ganja itu lebih banyak negatifnya dari pada positifnya. Contoh lain adalah pabrik aluminium, bahwa dalam melangsungkan kegiatan produksinya, pabrik-pabrik aluminium itu menimbulkan polusi: untuk setiap aluminium yang mereka produksi, sejumlah asap kotor yang mengotori atmosfer tersembur dari tanur pabrik-pabrik tersebut. Karena asap itu membahayakan kesehatan siapa saja yang menghirupnya, maka asap itu merupakan eksternalitas negatif dalam produksi aluminium. Bagaimana pengaruh eksternalitas negatif ini terhadap efisiensi hasil kerja pasa? Akibat adanya eksternalitas tersebut, biaya yang harus dipikul masyarakat yang bersangkutan secara keseluruhan dalam memproduksi aluminium lebih tinggi dari pada biaya yang dipikul oleh produsennya. Biaya sosialnya (*sosial cost*) untuk setiap unit aluminium yang di produksi, mencakup biaya produksi yang di pikul di pikul produsen-biasa disebut biaya pribadi (*private cost*) plus biaya yang harus di tanggung oleh pihak lain yang ikut mengalami kerugian akibat polusi.

Eksternalitas konsumsi yang positif dan negatif

- a. Eksternalitas konsumsi yang positif Terjadi apabila kuantitas konsumsi optimum lebih besar dari pada kuantitas keseimbangan pasar. Misalkan konsumsi pendidikan dan pelatihan (magang). Semakin banyak orang yang terdidik, masyarakat atau pemerintahannya

akan diutungkan. Pemerintah akan lebih mudah merekrut tenaga-tenaga cakap, sehingga pemerintah lebih mampu menjalankan fungsinya dalam masyarakat. Dalam kasus ini, nilai sosial lebih besar dari nilai pribadi, dan kuantitas yang optimal secara sosial juga lebih besar dari pada kuantitas yang diinginkan pasar secara pribadi (yang diinginkan oleh produsennya saja).

- b. Eksternalitas konsumsi yang negatif Terjadi apabila kuantitas konsumsi optimum lebih rendah dari pada kuantitas pasar. Misalkan mengkonsumsi alkohol berlebihan dan menggunakan narkoba, kemudian si peminum lantas mengemudikan mobil dalam keadaan mabuk atau setengah mabuk, sehingga membahayakan pemakai jalan lainnya. Dalam kasus ini, nilai sosialnya lebih tinggi dari pada nilai pribadinya (private value, atau nilai minimum beralkohol bagi para peminum minuman beralkohol itu sendiri), dan kuantitas minuman beralkohol yang optimal secara sosial lebih rendah dari pada kuantitas yang ada di pasar.

D. Solusi Swasta untuk Eksternalitas

Kita telah menyimak mengapa keberadaan eksternalitas itu dapat mengakibatkan alokasi sumber daya yang dilakukan oleh pasar menjadi tidak efisien. Dalam prakteknya, bukan hanya pemerintah saja yang perlu dan dapat mengatasi eksternalitas itu, melainkan juga pihak-pihak nonpemerintah, baik itu pribadi/kelompok maupun perusahaan/organisasi kemasyarakatan. Untuk mudahnya, kita sebut saja pihak-pihak nonpemerintah tersebut sebagai pihak “pribadi” atau “swasta”. Pada dasarnya, tujuan yang hendak dicapai oleh pemerintah maupun pihak swasta (perorangan dan kelompok), berkenaan dengan penanggulangan eksternalitas itu sama saja, yakni untuk

mendorong alokasi sumber daya agar mendekati kondisi yang optimum secara sosial (Gregory Mankiw)

Jenis-jenis solusi swasta

Inefisiensi pasar akibat eksternalitas tidak selalu harus atau bisa diatasi oleh pemerintah. Adakalanya masalah eksternalitas dapat diatasi dengan peningkatan standar moral atau ancaman penerapan sanksi sosial. Salah satu contoh solusi swasta adalah derma atau amal yang seringkali sengaja diorganisasikan untuk mengatasi suatu eksternalitas. Contohnya adalah Sierra Club, sebuah organisasi sosial swasta yang sengaja dibentuk untuk turut melestarikan lingkungan hidup. Organisasi ini mengandalkan pemasukannya dari donasi pihak-pihak yang bersimpati atau iuran anggota

1. Teorema Coase

Ada sebuah pemikiran yang disebut teorema *Coase* (*Coase Theorem*) mengambil nama perumusannya, yakni ekonom Ronald Coase yang menyatakan bahwa solusi swasta bisa sangat efektif seandainya memenuhi suatu syarat. Syarat itu adalah pihak-pihak yang berkepentingan dapat melakukan negosiasi atau merundingkan langkah-langkah penanggulangan masalah eksternalitas yang ada di antara mereka, tanpa menimbulkan biaya khusus yang memberatkan alokasi sumber daya yang sudah ada. Menurut teorema Coase, hanya jika syarat ini terpenuhi, maka pihak swasta itu akan mampu mengatasi masalah eksternalitas dan meningkatkan efisiensi sumber daya.

Contoh Misalkan dalam kompleks perumahan ada yang memelihara kambing untuk ditenak, banyak warga yang keberatan akan tetapi demi menciptakan bertetangga yang

rukun maka dicarilah solusi dengan cara sebagai berikut (Iskandar Putong)

- a. Mengajukan peternak itu membuat kandang kambingnya diluar komplek perumahan.
- b. Mengajukan peternak itu memindahkan ternaknya ke daerah khusus tempat beternak.
- c. Menarik iuran kepada peternak itu untuk membersihkan lokasi ternaknya dan mengisolasi ternaknya dengan menggunakan kandang yang besar dan tinggi.
- d. Memberikan nasehat kepada peternak itu bahwa binatang ternak dilingkungan perumahan tidak cocok dan beresiko menebarkan penyakit, sehingga resiko lebih besar akan muncul ketimbang untungnya.
- e. Membuka kembali pemahaman tentang lingkungan perumahan yang tidak untuk beternak baik komersial maupun beternak rumahan atau (sambilan).
- f. Menawarkan orang tersebut pindah dari perumahan tersebut.
- g. Mengajukan orang tersebut kepada pihak berwenang.
- h. Mengusir orang tersebut baik dengan cara halus maupun dengan cara kasar.

Tindakan *point. h* seharusnya tidak dilakukan, akan tetapi bila pilihannya adalah antara resiko yang sangat besar dengan keuntungan yang sangat kecil maka *point. h* bisa saja dilakukan, karena menyangkut hidup orang banyak kepentingan pribadi harus disingkirkan.

2. Pendekatan Sosial

Pendekatan ini tidak melibatkan pemerintah, akan tetapi pihak perusahaanlah yang aktif memberikan bantuan kepada masyarakat sekitarnya atas pertimbangan adanya kerugian masyarakat karena beroperasinya perusahaan mereka. Contoh perusahaan Garment Internasional di Citeureup,

mereka membangun masjid yang sangat megah, mengambil karyawan tetap dan kontrak semuanya dari sekitar desa tersebut, membantu pemuka desa. Dengan cara ini masyarakat pun merasa mendapat manfaat dan perusahaan dengan leluasa melakukan kegiatan produksinya sehingga tidak terlihat lagi seberapa besar eksternalitas positif dan negatifnya (Iskandar Putong).

E. Kebijakan Publik Mengenai Eksternalitas

Setiap kali eksternalitas muncul sehingga mengakibatkan alokasi sumber daya yang dilakukakan pasar tidak efisien, Pemerintah dalam melakukan salah satu dari dua pilihan tindakan yang ada. Pilihan pertama adalah menetapkan kebijakan-kebijakan atau pendekatan-pendekatan dan kontrol (command-and-control policies), atau menetapkan kebijakan-kebijakan berdasarkan pendekatan pasar (market-based policies). Bagi para ekonom, pilihan kedua lebih baik, karena kebijakan berdasarkan pendekatan pasar akan mendorong para pembuat keputusan di pasar swasta, untuk secara sukarela memilih mengatasi masalahnya sendiri.

1) Regulasi/Peraturan

Untuk mengatasi masalah eksternalitas yang akan bertambah parah atau menurut perhitungan akan parah maka pemerintah bisa mengeluarkan peraturan dengan cara melarang atau mewajibkan akan sesuatu kepada pihak-pihak penyebab dan sumber eksternalitas itu (ini adalah pendekatan hukum dan kekuasaan). Sebagai contoh, untuk mengatasi kebiasaan membuang limbah beracun ke sungai, yang biaya sosialnya jauh lebih besar dari pada keuntungan pihak-pihak yang melakukannya, Pemerintah dapat menyatakannya sebagai tindakan kriminal dan akan mengadili serta menghukum pelakunya. Dalam kasus ini, pemerintah melakukan

regulasi atau pendekatan komando dan kontrol untuk meleyapkan eksternalitas tadi. Namun, kasus-kasus polusi umumnya tidak sesederhana itu. Tuntutan para pecinta lingkungan untuk mengahapuskan segala bentuk polusi, sesungguhnya tidak mungkin terpenuhi, karena polusi merupakan efek sampingnya yang tidak terelakkan dari kegiatan produksi industri. Contoh yang sederhana, semua kendaraan bermotor sesungguhnya mengeluarkan polusi. Jika polusi ini hendak dihapus sepenuhnya, maka segala bentuk kendaraan bermotor harus dilarang oleh pemerintah, dan hal ini tidak mungkin dilakukan. Jadi, yang harus diupayakan bukan penghapusan polusi secara total, melainkan pembatasan polusi hingga ambang tertentu, sehingga tidak terlalu merusak lingkungan namun tidak juga menghalangi kegiatan produksi. Untuk menentukan ambang aman tersebut, kita harus menghitung segala untungruginya secara cermat. Di AS, *Environmental Protection Agency* (EPA) adalah satuan bentukan pemerintah yang tugasnya mengembangkan dan menegakkan aturan-aturan yang ditujukan untuk melindungi lingkungan. Regulasi di bidang lingkungan bentuknya beragam. Kadang-kadang EPA menentukan tingkat tertinggi polusi yang boleh dihasilkan oleh suatu pabrik. Kadang-kadang EPA mengharuskan perusahaan-perusahaan mengadopsi suatu teknologi tertentu untuk mengurangi emisi. Pada semua kasus, untuk merancang aturan-aturan yang baik, para regulator dari pemerintah harus mengetahui perincian industri-industri yang spesifik dan mengenai teknologi-teknologi alternatif yang dapat diadopsi oleh industri-industri tersebut. Informasi ini terkadang sulit diperoleh para regulator dari pemerintah.

2) Pajak Pigovian dan Subsidi

Selain menerapkan regulasi untuk mengatasi eksternalitas, pemerintah juga dapat menerapkan kebijakan-kebijakan yang didasarkan pada pendekatan pasar, yang dapat memadukan insentif pribadi/swasta dengan efisiensi sosial. Pajak Pigovian (pigovian tax) mengambil nama ekonom pertama yang merumuskan dan menganjurkannya, yakni Arthur Pigou (1877-1959). Pajak Pigovian ini diartikan sebagai pajak yang khusus diterapkan untuk mengoreksi dampak dari suatu eksternalitas negatif. Para ekonom umumnya lebih menyukai pajak pigovian daripada regulasi sebagai cara untuk mengendalikan polusi, karena biaya penerapan pajak itu jauh lebih murah bagi masyarakat secara keseluruhan.

Sebagai contoh, Pemerintah akan memberikan insentif yang besar kepada perusahaan yang memberikan eksternalitas positif atau yang biasa dikenal dengan memberikan subsidi dan mengenakan pungutan pajak yang besar kepada perusahaan yang eksternalitas negatifnya lebih besar.

Para ekonom biasanya memilih memberlakukan pajak Pigovian daripada melakukan regulasi untuk menangani masalah polusi karena pajak Pigovian dapat mengurangi polusi dengan biaya yang lebih rendah bagi masyarakat. Untuk melihat alasannya, kita perhatikan contoh berikut. Andaikan ada dua pabrik – Sebuah pabrik kertas dan sebuah pabrik baja yang masing-masing membuang 500 ton limbah ke sungai setiap tahunnya. EPA ingin mengurangi jumlah polusi, maka terbentuklah dua solusi:

- Regulasi: EPA dapat memerintahkan setiap pabrik untuk mengurangi limbahnya menjadi 300 ton saja per tahunnya.

- Pajak Pigovian: EPA dapat memberlakukan pajak pada setiap pabrik sebesar \$50.000 untuk setiap ton limbah yang dikeluarkannya.

Regulasi menentukan suatu tingkat polusi, sementara pajak memberikan pabrik-pabrik itu insentif ekonomi yang lebih baik untuk mengurangi polusi. Solusi mana yang Anda pikir lebih baik? Sebagian besar ekonom akan memilih pajak. Mereka pertama-tama akan menunjukkan bahwa pajak sama efektifnya seperti regulasi dalam hal mengurangi tingkat polusi keseluruhan. EPA dapat mencapai berapa pun tingkat polusi yang dikehendaknya dengan mengatur tingkat pajak yang sesuai. Semakin tinggi pajak, semakin sedikit polusi yang akan dikeluarkan. Memang jika pajaknya terlalu tinggi, pabrik-pabrik ini akan tutup dan limbah yang dihasilkan akan menjadi nol.

Alasan mengapa ekonom lebih memilih pajak adalah karena pajak mengurangi polusi dengan lebih efisien. Regulasi memerintahkan setiap pabrik untuk mengurangi polusi sebesar jumlah yang sama, padahal pengurangan yang sama tidaklah dengan sendirinya menjadi cara yang paling murah untuk mengurangi jumlah polusi itu. Mungkin saja pabrik kertas itu dapat mengurangi polusi dengan menghabiskan biaya yang lebih sedikit daripada yang dapat dilakukan oleh pabrik baja. Jika demikian, maka pabrik kertas akan menanggapi pajak itu dengan mengurangi jumlah polusinya dengan tajam untuk menghindari pajak, sementara pabrik baja akan menanggapi dengan mengurangi jumlah polusinya sedikit saja dan membayar pajak itu.

Pada intinya, pajak Pigovian menetapkan harga hak untuk menghasilkan polusi. Sama seperti pasar mengalokasikan barang-barangnya pada pembeli yang paling menghargai barang-barang itu, pajak Pigovian mengalokasikan polusi pada pabrik-pabrik yang

menghadapi biaya paling besar untuk mengurangi jumlahnya. Berapa pun tingkat polusi yang ditentukan EPA dapat dicapai dengan biaya terendahnya melalui pemberlakuan pajak. Para ekonom juga berpendapat bahwa pajak Pigovian lebih baik bagi lingkungan. Di bawah regulasi kebijakan pemerintah dan kendalikan, pabrik-pabrik tidak punya alasan untuk mengurangi emisi lebih banyak lagi setelah mereka mencapai target sebesar 300 ton limbah. Sebaliknya, pajak memberikan insentif pada pabrik-pabrik itu untuk mengembangkan teknologi yang lebih ramah lingkungan, karena hal ini akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh pabrik itu.

F. Prespektif Islam

Pada dasarnya prinsip dasar ekonomi islam adalah keyakinan kepada Allah SWT sebagai pencipta alam semesta. Ikrar atau janji akan keyakinan ini menjadi pembuka kitab suci umat islam. Sesuai firman Allah, yang berbunyi :

“Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir”. (Q.S Al-jaatsiyah:13).

Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolut dari Allah Rabb semesta alam, maka segala kegiatan ekonomi di dalam ekonomi islam tidak semata-mata bermotif memaksimalkan keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat. Q.S Al-Qashas ayat 77 mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia. Artinya, urusan dunia merupakan sarana untuk memperoleh kesejahteraan akhirat. Orang bisa berkompetisi dalam

kebaikan untuk urusan dunia, tetapi sejatinya mereka sedang berlomba-lomba mencapai kebaikan akhirat.

Islam juga mengajarkan bahwa sebaik-baiknya orang adalah orang yang banyak manfaatnya bagi orang lain atau masyarakat, yang dapat menjalankan fungsinya sebagai Khalifatullah yang membawa rahmatan lil alamin, seseorang produsen yang baik tentu tidak akan mengabaikan masalah eksternalitas yang berpengaruh bagi kehidupan orang banyak seperti pencemaran.

Bagi Islam, memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk di konsumsi sendiri atau dijual ke pasar. Dua motivasi ini belum cukup, karena masih terbatas pada fungsi ekonomi. Islam secara khas menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial. Ini tercermin dalam QS Al-Hadid (57) ayat 7:

“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”

Daftar Pustaka

- Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, *Tafsir Al Qur'an*, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2012
- Adiwarman. Karim. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010
- Ida Nuraini, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Malang: UMM Press, 2003
- Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik*, Solo: Aqwam,2008, hlm 92
- Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro* (Jakarta : Mitra Wacana Media,2013
- Jaribah bin Ahmad AL Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al Khattab*, Jakarta: Khalifa, 2010
- M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam*, Jakarta : Kencana, 2010
- M. Rianto Al Arif. *Teori MikroEkonomi* Jakarta: PrenadaMedia, 2010
- M. Ridwan, Imsar , Rita Handayani, Dkk, *Buku Diktat Ekonomi Mikro Islam*. Sumatra Utara 2017
- M. Ridwan, MA. *Ekonomi Mikro dan Makro Islam*. Citapustaka Media, Desember 2003.
- Mandala Manurung dan Prathama Raharja, *Pengantar Ilmu ekonomi*, Jakarta: Penerbit FEUI, 2008
- Monzer Khaf, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Pustaka, 1995
- N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga), cet II, 2003
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung,*Teori Ekonomi Mikro:suatu Pengantar*. Jakarta: LPFE-UI, 2004
- Rianto Al Arif & Euis Amalia, op.cit. hal

- Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikroekonomi*, Jakarta: Indeks, 2007
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi cet. kesepuluh*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 1998
- Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2013
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada), cet 17, 2002
- Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Samuelso Paul, dan William D. Nordhaus. *Mikro Ekonomi, Terjemahan Haris Munandar DKK, Edisi 14*. Erlangga. Jakarta. 1993
- Sigit Triandaru, *Mikro : Pendekatan Kontemporer (Terjemahan dari Acontemporary Introduction)*, Jakarta : Salemba Empat, 2001
- Sigit Triandaru, S.E. *Ekonomi Mikro*. PT. Salemba Empat, 2001
- Sudarsono, *Pengantar ekonomi mikro*, (Jakarta:LP3ES), cetakan 8, 1995
- Tim Depag, *Tafsir al-Quran Tematik*, Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quran, 2009
- Wilson Bangun, *Teori Ekonomi Miro*, Bandung : PT Refika Aditama, 2010