

BAB IV

PEMIKIRAN IBNTAYMIYYAH TENTANG MEKANISME PASAR DAN RELEVANSINYA DENGAN KONSEP EKONOMI MODERN

A. Pemikiran Ekonomi Ibn Taymiyyah tentang Mekanisme Pasar

Objek dari ilmu ekonomi adalah konsumen, produsen dan *government*. Di mana kesemua objek tersebut akan dipertemukan dalam mekanisme pasar, baik pasar tenaga kerja, pasar barang maupun pasar modal. Dengan kata lain, mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Sehingga dengan adanya transaksi tersebut akan mengakibatkan adanya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi tersebut.¹

Catatan tertulis ulama klasik mengenai mekanisme pasar dapat dijumpai di beberapa kitab seperti *Kitab al-Kharaj* Abu Yusuf (731-798), *Ihya' 'Ulum al-Din* al-Ghazali (1058-1111), *al-Hisbah fi al-Islam* dan *Majmu' al-Fatawa Shaikh al-Islam* (1263-1328), dan *Muqaddimah* Ibn Khaldun (1332-1404).²

Pada umumnya konsep-konsep ekonomi tentang mekanisme pasar yang ditawarkan oleh para pemikir klasik sudah memiliki pandangan yang cukup maju. Hanya saja, konsep-konsep ini belum tersistematisasi dan tervisualisasi dengan baik. Hal itu disebabkan oleh kondisi saat itu di mana metode dan alat visualisasi

¹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 13.

²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 17-18.

juga masih sangat sederhana, meskipun tetap memadai untuk kepentingan saat itu.³

Pemikiran Ekonomi Ibn Taymiyyah sendiri khususnya tentang mekanisme pasar banyak ditemui dalam *Majmu' al-Fatawa* dan *al-Hisbah fi al-Islam*. Dalam pembahasannya tentang mekanisme pasar, ia lebih banyak membicarakan tentang harga pasar yang dapat terbentuk oleh permintaan dan penawaran beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, perubahan keseimbangan pasar yang disebabkan oleh pergeseran kurva permintaan dan penawaran serta kebebasan dalam pasar. Selain itu, Ibn Taymiyyah juga membahas tentang peran pemerintah dalam pasar.

Secara umum, pandangan-pandangan ekonomi Ibn Taymiyyah cenderung bersifat normatif. Namun demikian, terdapat beberapa wawasan ekonominya yang dapat dikategorikan sebagai pandangan ekonomi positif.⁴ Dalam hal ini, Ibn Taymiyyah banyak memberikan gambaran dan analisis terhadap perilaku ekonomi masyarakat saat itu. Dengan ketajaman dan kekuatan nalar, kekayaan gagasan serta keyakinan seorang filsuf pada jamannya, Ibn Taymiyyah melihat dibalik gejala yang menjadi pusat perhatiannya, sesuatu yang kemudian disebut sebagai mekanisme pasar.

1. Pasar Kompetitif

Dalam ekonomi modern, sebuah pasar akan dikatakan ideal apabila kekuatan-kekuatan pasar dapat berinteraksi secara bebas dalam membentuk kondisi pasar yang seimbang (*equilibrium*) sehingga harga

³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 311.

⁴ Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam: Perspektif teori, sistem dan aspek hukum* (Surabaya: CV Putra Media Nusantara, 2009), 68.

yang terjadi adalah hasil dari interaksi antara kekuatan permintaan(*demand*) dan penawaran(*supply*). Dalam pasar bersaing sempurna masing-masing produsen tidak mempunyai *market power* sehingga semuanya merupakan *price taker*. Selain itu juga tidak ada *entry and exit barrier* sehingga produsen dapat bebas masuk dan keluar pasar. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pasar akan menjadi ideal ketika tidak ada kekuatan monopoli yang mengakibatkan pasar menjadi tidak kompetitif dan melumpuhkan mekanisme pasar yang sehat.

Ibn Taymiyyah meskipun belum pernah membaca buku-buku yang berkenaan dengan masalah mekanisme pasar, namun ia telah menjelaskan secara gamblang mengenai mekanisme pertukaran, pasar bebas, dan bagaimana kecenderungan harga terjadi sebagai akibat dari kekuatan permintaan dan penawaran.⁵

Ibn Taymiyyah sendiri sebenarnya tidak pernah menggunakan istilah kompetisi (konsep yang muncul pada akhir evolusi pemikiran ekonomi ataupun menjelaskan kondisi dari kompetisi sempurna (*perfect competition*) dalam istilah kontemporer. Akan tetapi beberapa penjelasannya mengisyaratkan pandangannya yang jelas mengenai kompetisi, khususnya ketika membahas tentang fungsi pasar.⁶ Ia menyatakan bahwa memaksa agar orang menjual berbagai benda yang tidak diharuskan untuk menjualnya atau melarang mereka menjual benda-benda yang diperbolehkan untuk dijual, adalah tidak adil dan

⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 357.

⁶ Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah* (London: The Islamic Foundation, 1988), 98.

karenanya melanggar hukum.⁷ Dalam istilah kontemporer, hal ini secara jelas merujuk pada tidak adanya *entry and exit barrier*, yaitu kebebasan penuh bagi produsen untuk masuk atau keluar pasar, salah satu karakteristik dalam pasar bersaing sempurna.

Ibn Taymiyyah mendukung peniadaan elemen monopolistik dari pasar dan karena itu ia menentang kolusi apapun antara kelompok para penjual dan pembeli atau kelompok-kelompok tertentu lainnya. Kolusi yang dimaksud adalah kesepakatan para pembeli untuk membeli barang-barang dengan harga yang murah atau kesepakatan para penjual untuk menjual barang-barang dengan harga yang tinggi.⁸ Jika kolusi yang demikian terjadi, itu artinya harga yang terjadi di pasar bukan merupakan hasil dari permintaan dan penawaran, melainkan hasil dari rekayasa pihak-pihak tertentu untuk membentuk suatu tingkat harga yang diinginkan secara sepihak.

Ia juga menekankan pengetahuan tentang pasar dan barang dagangan serta transaksi jual beli yang berdasarkan kesepakatan dan kesepakatan itu memerlukan pengetahuan dan saling pengertian. Nabi pun melarang untuk melakukan jual beli suatu barang sampai penjual tahu harga pasar dan pembeli tahu karakteristik dan kualitas produknya.⁹ Salah

⁷ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Al-Hāshbah fi al-Islāmaw Wazā'ifah al-Hākumah al-Islāmiyyah* (Beirut : Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.th.), 34. Lihat juga Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Majmu' al-Fatawa'* juz 28 (t.tp.: Dar al-Wafa', 2005), 94. dan Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 98.

⁸ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Al-Hāshbah fi al-Islām*, 23-24.

⁹ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Al-Hāshbah fi al-Islām*, 41. Lihat juga Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-

satu hal penting dalam pasar yang kompetitif adalah terbukanya informasi pasar bagi para produsen dan konsumen, seperti harga yang berlaku di pasar dan spesifikasi produk yang ditransaksikan. Pengetahuan yang cukup bagi para produsen akan mendorong produsen untuk tidak menjual produknya di bawah harga pasar yang berakibat pada kerugian. Sementara bagi konsumen, pengetahuan yang cukup dapat mencegah konsumen untuk membeli suatu barang dengan harga di atas harga pasar, sertamembantu konsumen dalam memilih produk yang tepat. Hal ini tentu menjadi sangat penting ketika produk-produk yang ada di pasaran merupakan produk yang terdiferensiasi. Produk yang terdeferensiasi adalah produk yang jika dengan harga yang sama, konsumen akan lebih menyukai produk A atau B, karena masing-masing memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk yang lain.

Selain itu, Ibn Taymiyyah juga mengutuk pemalsuan produk serta kecurangan dan penipuan dalam beriklan, dan di saat yang bersamaan, mendukung homogenitas dan kesamaan produk.¹⁰

Ibn Taymiyyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif. Dengan tetap memperhatikan pasar tidak sempurna, ia merekomendasikan bahwa bila penjual melakukan penimbunan dan menjual pada harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga normal,

Ḥarrānī, *Majmū' al-Fatawā*, juz 28, 103. dan Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 98.

¹⁰ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Aḥmad bin 'Abd al-Ḥalīm bin Taymiyyah al-Ḥarrānī, *Al-Ḥṣbah fi al-Islām*, 18. Lihat juga Adiwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta : PT RajaGrafind Persada, 2008), 369.

padahal orang-orang membutuhkan barang-barang ini, maka penjual diharuskan untuk menjualnya pada tingkat harga ekuivalen.¹¹

Secara umum, Ibn Taymiyyah sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga (*price intervention*) sehingga mengganggu mekanisme pasar yang bebas. Sepanjang kenaikan atau penurunan permintaan dan penawaran disebabkan oleh faktor-faktor alamiah, maka dilarang dilakukan intervensi harga.¹²

Menurut Ibn Taymiyyah, besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.¹³

2. Pembentukan *Market Price*

Dalam beberapa pernyataannya di beberapa tempat, Ibn Taymiyyah menekankan agar transaksi jual beli antara penjual dan pembeli dilakukan atas dasar suka sama suka atau rela sama rela. Misalnya ia mengatakan bahwa memaksa penjual untuk menjual barang-barangnya dengan harga yang tidak ia kehendaki dan melarang menjual barang-

¹¹ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 162.

¹² Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Al-Hisbah fi al-Islam*, 22. Lihat juga Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 28, 76. dan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam*, 310.

¹³ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Al-Hisbah fi al-Islam*, 22. Lihat juga Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 144.

barang yang diperbolehkan oleh Allah adalah perbuatan yang dilarang (haram).¹⁴

Pernyataan Ibn Taymiyyah tersebut menegaskan bahwa dalam transaksi jual beli seorang penjual diperbolehkan menjual barang-barangnya dengan tingkat harga yang iakehendaki. Yang dimaksud dengan tingkat harga yang iakehendaki adalah harga yang menguntungkan baginya. Maka siapapun yang memaksa penjual untuk menjual barang-barangnya di bawah harga yang dapat menguntungkan, maka ia bersalah.

Di sisi lain, Rasulullah SAW menyatakan riba sebagai penjualan yang terlalu tinggi hingga melampaui batas kepercayaan pembeli.¹⁵ Hal tersebut mengisyaratkan bahwa meskipun penjual diperbolehkan menjual barang dagangannya dengan tingkat harga yang menguntungkan, tetapi bukan berarti diperbolehkan memasang harga yang tinggi melampaui harga yang wajar demi mendapatkan keuntungan yang besar. Selain itu, Ibn Taymiyyah juga menekankan pentingnya bagi pembeli mengetahui kondisi barang dengan baik dan harga pasar yang berlaku atas barang tersebut sebelum ia membelinya agar ia tidak membayar di atas harga pasar. Misalnya Ibn Taymiyyah menyarankan agar pembeli dari luar daerah (*tourist*) yang tidak mengetahui harga pasar mewakili kepada penduduk setempat yang mengetahui harga pasar untuk melakukan

¹⁴ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Al-Hisbah fi al-Islam*, 22. Lihat juga Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 28, 76.

¹⁵ Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 80.

transaksi jual belinya.¹⁶ Hal ini dimaksudkan agar pembeli yang tidak mengetahui harga pasar, tidak membeli barang-barang dengan harga yang tinggi, sehingga ketika ia mengetahui akan kekeliruan harga yang telah dibayarnya, ia akan merasa tertipu dan menyebabkan ketidakrelaan atas transaksi yang telah dilakukannya.

Termasuk salah satu unsur yang menumbuhkan kerelaan di hati pembeli adalah spesifikasi barang yang sesuai dengan keinginannya tanpa ada cacat dan 'aib. Maka ketika barang tidak sesuai dengan keinginan pembeli atau terdapat cacat dan 'aib, pembeli boleh menggagalkan jual belinya.¹⁷

Beberapa pernyataan Ibn Taymiyyah di atas menggambarkan bahwa penjual dan pembeli harus melakukan transaksi jual beli atas dasar keadilan. Keadilan bagi penjual adalah ketika ia bisa mendapatkan untung dari transaksi itu, sementara keadilan bagi konsumen adalah ketika ia bisa mendapatkan kepuasan atas barang yang dibelinya.

Seorang penjual/produsen akan mendapatkan keuntungan ketika ia bisa menjual barang/produknya dengan harga yang lebih tinggi dari biaya produksi dan biaya lainnya, seperti biaya iklan, ongkos pengiriman dan lain-lain. Sehingga semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin besar keuntungan yang akan diterima oleh produsen/penjual. Sementara

¹⁶ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Al-Hāshbah fi al-Islām*, 41. Lihat juga Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Majmu' al-Fatawa*, juz 28, 103.

¹⁷ Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Al-Hāshbah fi al-Islām*, 41. Lihat juga Taqiy al-Dīn Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Majmu' al-Fatawa*, juz 28, 104.

konsumen akan mendapat kepuasan ketika ia bisa memperoleh barang yang sesuai dengan keinginannya dengan pengorbanan yang semestinya. Umumnya, konsumen/pembeli cenderung menginginkan kepuasan yang maksimum dengan pengorbanan yang minimum. Sehingga semakin rendah harga suatu barang, maka akan semakin tinggi kepuasan yang ia dapat.

Namun sekali lagi, transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar keadilan, yaitu dengan tidak adanya pihak-pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli harus dilakukan dengan rela sama rela, di mana penjual tidak merasa dirugikan karena harga terlalu rendah dan pembeli tidak merasa tertipu karena harga terlalu tinggi dari yang semestinya.

Allas SWT berfirman dalam surah al-Nisa²⁹ ayat 29:

تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَأَءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تَجْرَةِ

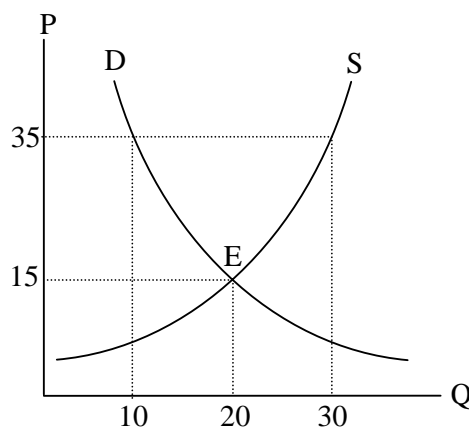
Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. Al-Nisa²⁹: 29)¹⁸

Unsur rela sama rela di antara kedua belah pihak, yaitu antara penjual dan pembeli akan tercapai apabila mereka telah memiliki kesepakatan bersama untuk menjual dan membeli pada tingkat harga

¹⁸Mujamma' al-Malik Fahd li T}ba'at al-Mush}hf al-Shari'f, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Madinah al-Munawwarah: Mujamma' al-Malik Fahd Li T}ba'at al-Mush}hf al-Shari'f, 1418 H), 122.

tertentu dan kuantitas barang tertentu pula. Oleh karena itu, diperlukan proses tawar menawar antara penjual dan pembeli mengenai kuantitas barang yang ditransaksikan dan harga yang akan dibayar untuk barang tersebut, sehingga dari proses tersebut dicapai sebuah kesepakatan.

Dalam konsep ekonomi modern, harga yang dibentuk melalui proses tawar menawar dan kesepakatan antara penjual dan pembeli ini disebut dengan harga ekuilibrium, yaitu harga yang dibentuk dari interaksi antara permintaan dan penawaran. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar berikut.



Gambar 4.1 harga keseimbangan pasar

Gambar di atas menunjukkan bahwa pada tingkat harga 35, produsen/penjual akan menjual produk/barang sebanyak 30, namun konsumen/pembeli hanya menginginkan 10. Pada saat ini kesepakatan tidak terjadi, maka harga tidak bisa ditetapkan. Namun setelah melalui proses tawar menawar, akhirnya produsen/penjual bersedia menurunkan harganya menjadi 15 dan konsumen/pembeli bersedia menaikkan kuantitas barang yang akan dibelinya menjadi 20, sehingga kesepakatan di antara

kedua belah pihak dapat dicapai. Hal ini ditandai dengan bertemunya kurva permintaan dan penawaran pada titik ekuilibrium E. Maka pada titik ekuilibrium E ini, produsen/penjual dan konsumen/pembeli telah sepakat untuk melakukan transaksi barang sebanyak 20 dengan harga 15.

3. Perubahan Fungsi *Supply* dan *Demand*

Konsep penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) merupakan masalah yang fundamental dalam ilmu ekonomi modern, khususnya dalam pembahasan mikroekonomi, karena hal tersebut merupakan esensi dari mekanisme pasar. Akan tetapi pengklasifikasian kekuatan-kekuatan pasar ke dalam dua kategori tersebut serta pembahasan mengenai pembentukan harga oleh penawaran dan permintaan sangat lambat perkembangannya dalam sejarah pemikiran ekonomi.¹⁹

Joseph A. Schumpeter kemudian mengatakan bahwa Ibn Taymiyyah merupakan perintis dalam menjelaskan ketergantungan harga pada hubungan antara permintaan dan penawaran. Sebab teori tentang mekanisme harga sangat sedikit dilaporkan sebelum pertengahan abad ke-18 M.²⁰

Ibn Taymiyyah (1263-1328 M) jauh sebelum masa Adam Smith sudah memiliki pandangan yang jernih bagaimana dalam sebuah pasar yang bebas, harga dipertimbangkan oleh penawaran dan permintaan. Ia berkata,

¹⁹ Abdul Azim Islahi, *Ibn Taimiyyah's Concept of Market Mechanism*, dalam *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective* (Selangor Darul Ehsan: Longman Malaysia, 1992), 157.

²⁰ Joseph A. Schumpeter, *History of Economic Analysis* dalam Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 143. dan ibid.

أَنَّا لَعَاوَرُ الْرُخْصَاتِ تَحْصِرُ أَسْبَابُهَا فَيُظْلَمُ بِعَضْبِ الْقَدِيمِ كَوْنُ سَبَبِ هَقْلَةٍ مَا يَخْلُقُوا وَيَجِدُ
 بِمِنْذِلِكِ الْمَالِ الْمَطْلُوبِ إِذَا كَثُرَ تَالِرَ عِبَاتِ فِي الشَّيْءِ عَوَّلَا مَرَّ عَوْيَ فِيهِ
 : أَرْتَفَعِ سَعْرُهُ إِذَا كَثُرَ وَقَلَّتْ أَلِرَ عِبَاتِ فِيهَا نَحْفُضِ سَعْرُهُ هُوَ الْقَلَّةُ وَالْكَثْرَةُ قَدْ لَاتُ كَوْنُ
 سَبَبِ الْعِبَادَةِ وَقَدْ تَكُونُ سَبَبًا ظَلَمَ فِيهِ هُوَ قَدْ تَكُونُ سَبَبًا فِيهِ يَظْلَمُوا اللَّهَ تَعَالَى بِجَعْلِهِ
 رَ عِبَاتِ فِي الْقُلُوبِ فَهُوَ سُبْحَانَهُ.

“Naik dan turunnya harga tak selalu terkait dengan kezaliman (z̤ilm) yang dilakukan seseorang. Terkadang, alasannya adalah kekurangan dalam produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Jadi, ketika permintaan naik dan penawaran turun, harga dengan sendirinya akan naik. Di sisi lain, jika persediaan barang meningkat dan permintaannya menurun, maka harga akan turun. Kelangkaan dan melimpahnya barang-barang tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Bisa saja berkaitan dengan sebab yang tak melibatkan ketidakadilan. Atau sesekali, bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha Besar Allah yang menciptakan kemauan pada hati manusia.”²¹

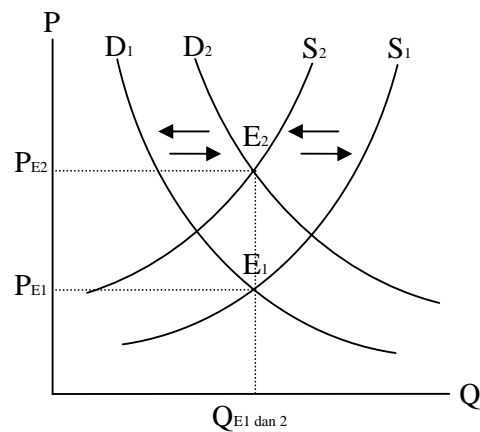
Pernyataan Ibn Taymiyyah di atas menunjuk pada apa yang kita kenal sekarang sebagai perubahan fungsi penawaran (*supply*) dan permintan (*demand*), yakni ketika terjadi peningkatan permintaan pada harga yang sama dan penurunan persediaan pada harga yang sama, atau sebaliknya, penurunan permintaan pada harga yang sama dan penambahan persediaan pada harga yang sama. Apabila terjadi penurunan persediaan yang disertai kenaikan permintaan, harga-harga juga akan mengalami kenaikan, dan begitu juga sebaliknya.²²

Secara grafik hal tersebut dapat dijelaskan pada gambar 4.2. Pada gambar tersebut, peningkatan permintaan pada harga yang sama ditunjukkan oleh pergeseran kurva D_1 ke arah kanan menjadi D_2 , sedangkan penurunan persediaan pada harga yang sama ditunjukkan oleh

²¹ Taqiy al-Dīn Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Hālim bin Taymiyyah al-Harrānī, *Majmu‘ al-Fatawā*, juz 8 (t.tp.: Dar al-Wafa’, 2005), 523. Lihat juga Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 88-89 dan Adiwarmān A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, 364.

²² Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 89. Lihat juga Abdul Azim Islahi, *Ibn Taymiyyah’s Concept of Market Mechanism*, 158.

pergeseran kurva S_1 ke arah kiri menjadi S_2 . Sebelum ada peningkatan permintaan dan penurunan persediaan, titik keseimbangan pasar adalah E_1 dengan tingkat harga P_{E1} dan kuantitas barang yang ditransaksikan Q_{E1} . Namun setelah ada perubahan tersebut, titik keseimbangan pasar bergeser dari E_1 menjadi E_2 dengan tingkat harga P_{E2} dan kuantitas barang yang ditransaksikan Q_{E2} . Dengan demikian, peningkatan permintaan dan penurunan persediaan berakibat pada naiknya harga, yaitu dari P_{E1} menjadi P_{E2} . Hal tersebut juga bisa terjadi sebaliknya, yaitu penurunan permintaan yang ditandai dengan pergeseran kurva D_2 menjadi D_1 , dan peningkatan persediaan yang ditandai dengan pergeseran kurva S_2 menjadi S_1 , sehingga berakibat pada penurunan tingkat harga dari P_{E2} menjadi P_{E1} .



Gambar 4.2 Pergeseran kurva permintaan dan penawaran

Namun, Ibn Taymiyyah menyadari bahwa perubahan tidak selalu terjadi dari dua arah. Terkadang, permintaan menurun dan penawaran stabil, akibatnya harga menjadi turun. Sebaliknya, penawaran menurun dan

permintaan stabil, akibatnya harga menjadi naik.²³ Dalam hal ini, ia menyatakan,

فَإِذَا كَانَتِ النَّاسُ يُبِيعُونَ سِلْعَهُمْ عَلَى الْوَجْهِ الْمَعْرُوفِ فَمِنْ غَيْرِ ظَلَمٍ مِنْهُمْ وَقَدَارِ تَقَعَالٍ
سَعَرَ إِمَالِ قَلِيلَةِ الشَّيْءِ عَوَامِ الْكَثْرَةِ الْخَلْقِ هَذَا إِلَى اللَّهِ.

“Apabila orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa disertai dengan kezhaliman, dan harga-harga mengalami kenaikan sebagai konsekuensi dari penurunan jumlah barang atau peningkatan jumlah penduduk, maka hal tersebut merupakan kehendak Allah.”²⁴

Dalam konsep ekonomi modern, hal tersebut dikenal dengan perubahan yang terjadi dari sisi penawaran atau dari sisi permintaan.

a. Perubahan pada penawaran

Dalam Majmu’ Fatawa-nya, Ibn Taymiyyah mengungkapkan penawaran dengan istilah *al-marghub fiḥ*.²⁵ Secara harfiah, *al-marghub fiḥ* berarti barang-barang yang diinginkan. Tetapi Ibn Taymiyyah menggunakannya untuk mengungkapkan istilah *supply*.

Ibn Taymiyyah menggambarkan perubahan dalam *supply* sebagai kenaikan dan penurunan dalam persediaan barang-barang yang disebabkan oleh dua faktor, yaitu produksi lokal dan impor barang-barang yang diminta.²⁶

1) Produksi Lokal

²³ Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 89. Lihat juga Abdul Azim Islahi, *Ibn Taymiyyah’s Concept of Market Mechanism*, 158.

²⁴ Taqiy al-Din Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani *Al-Hisbah fi al-Islam*, 22. Lihat juga Taqiy al-Din Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani *Majmu’ al-Fatawa* juz 28, 76.

²⁵ Taqiy al-Din Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani *Majmu’ al-Fatawa* juz 8, 523.

²⁶ Taqiy al-Din Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani *Majmu’ al-Fatawa* juz 8, 523. Lihat juga Adiwarmanto A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, 364-365.

Kebutuhan masyarakat tentu akan sulit terpenuhi jika tidak ada produsen yang mau memproduksinya. Oleh karena itu Ibn Taymiyyah mengatakan bahwa jika kebutuhan manusia tidak bisa dipenuhi kecuali dengan menggerakkan sektor produksi, maka hukum berproduksi adalah *fardh kifayah*.²⁷ Artinya, ketika kebutuhan masyarakat tidak bisa dipenuhi, sementara tidak ada seorang pun yang berproduksi untuk hal tersebut, maka seluruh individu bertanggung jawab atas hal ini kelak di akhirat. Namun jika ada seseorang yang melakukan produksi yang dapat memenuhi kebutuhan seluruh individu maka gugurlah kewajiban bagi masyarakat. Lain halnya jika dalam suatu masyarakat, tidak ada yang mampu untuk melakukan produksi kecuali hanya satu orang, maka hukum berproduksi menjadi *fardh 'ain* bagi orang tersebut.

Ibn Taymiyyah menyebutkan tiga bentuk dasar produksi, yaitu agrikultur atau pertanian yang bertujuan untuk menyediakan bahan makanan yang dibutuhkan oleh masyarakat, produksi tekstil untuk menyediakan bahan pakaian, dan konstruksi bangunan untuk menyediakan tempat tinggal bagi masyarakat.²⁸

²⁷ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29 (t.tp.: Dar al-Wafa', 2005), 193-194.

²⁸ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29, 194.

Pernyataan dari Ibn Taymiyyah juga mengindikasikan tentang beberapa hal yang dapat mempengaruhi tingkat produksi, yaitu:

a) *Maslahah*

Pernyataan Ibn Taymiyyah di atas tentang kegiatan produksi barang-barang kebutuhan masyarakat adalah *fardh kifayah* mengisyaratkan bahwa kegiatan produksi dalam Islam tidak semata-mata hanya untuk mencari keuntungan, melainkan pada saat-saat tertentu alasannya adalah sesuatu yang non profit, yakni kewajiban agama.

Pada dasarnya hukum berproduksi dalam Islam adalah mubah. Namun ketika masyarakat sedang membutuhkan, sementara jalan satu-satunya untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah melalui produksi, maka status hukum mubah naik menjadi *fardh kifayah*. Hal ini berarti bahwa tingkat *maslahah* dalam produksi juga semakin tinggi. Sehingga dengan harapan mendapat pahala, produsen akan tertarik untuk memasuki pasar atau menaikkan tingkat produksinya.

b) Keuntungan

Lebih lanjut Ibn Taymiyyah menjelaskan bahwa kewajiban dalam berproduksi, bukan merupakan kewajiban

tabarru}, melainkan kewajiban *bi al-mu'awad*h.²⁹ Dengan demikian, selain faktor *mas*lah^h} yang menjadi salah satu pendorong bagi produsen untuk memproduksi, keuntungan juga merupakan hal yang penting bagi produsen demi kelangsungan produksinya untuk masa-masa berikutnya.

Produsen akan mendapatkan keuntungan apabila ia dapat menjual produknya melebihi biaya produksi dan biaya lain-lain, seperti biaya iklan dan pengiriman. Untuk menjelaskan hal ini, Ibn Taymiyyah menyatakan bahwa kadangkala seseorang dapat menyerahkan barang/jasa pada orang yang berhak (konsumen) tanpa harus ada biaya tambahan. Tetapi terkadang juga barang/jasa tidak bisa diserahkan kecuali dengan adanya biaya tambahan, misalnya seperti di desa-desa yang dikuasai oleh penindas atau perampok, atau di suatu tempat yang diganggu oleh binatang buas. Maka harga untuk barang/jasa yang membutuhkan biaya tambahan tentu tidak sama dengan harga barang yang membutuhkan biaya tambahan.³⁰

2) Impor

²⁹ Taqiy al-Din Abu>al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani> *Majmu> al-Fatawa>* juz 29, 194. Tindakan *tabarru* adalah memberikan atau memindah milikkan barang atau jasa tanpa ada imbalan. Sedangkan tindakan *mu'awad*h adalah sebaliknya, yaitu memberikan atau memidah milikkan barang atau jasa dengan disertai imbalan.

³⁰ Taqiy al-Din Abu>al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani> *Majmu> al-Fatawa>* juz 29, 525.

Pernyataan Ibn Taymiyyah di atas menyebutkan bahwa kegiatan produksi adalah *fardh kifayah* ketika hal itu dibutuhkan. Dengan demikian hukumnya akan berubah jika kegiatan produksi tidak lagi dibutuhkan. Kondisi tersebut adalah ketika kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi dengan mendatangkan barang-barang kebutuhan masyarakat dari luar negeri (impor).³¹ Dengan demikian, impor barang-barang yang diminta merupakan salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (dalam negeri) selain menggerakkan sektor produksi.

Menurut Ibn Taymiyyah, pada masa Rasulullah, barang-barang yang dijual di Madinah sebagian besar berasal dari impor, yaitu dari Yaman, Mesir dan Shaam. Kontrol apapun yang dilakukan atas barang itu, bisa berakibat pada menurunnya *supply*. Maka Rasulullah sangat menghargai kegiatan impor tersebut dengan menyatakan, “Seseorang yang membawa barang yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari, siapapun yang menghalanginya sangat dilarang.”³²

Faktor-faktor tersebut merupakan faktor utama yang dapat berpengaruh pada jumlah penawaran dalam sebuah pasar. Jika tingkat produksi tinggi dan jumlah barang yang diimpor banyak, maka secara otomatis penawaran juga tinggi. Perubahan dalam penawaran yang disebabkan oleh peningkatan atau penurunan produksi dan/atau

³¹ Taqiy al-Din Abu-al-‘Abbas Ahmad bin ‘Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu‘ al-Fatawa*, juz 29, 194.

³² Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 97.

jumlah barang yang diimpor menyebabkan kurva penawaran bergeser ke kanan atau ke kiri. Sebagai contoh, pada masa Rasulullah dan *Khulafa' al-Rashidin* ketika terjadi kenaikan harga gandum di Madinah karena berkurangnya stock, maka dilakukan impor dari Mesir untuk menambah supply sehingga harga gandum kembali normal. Penurunan dan penambahan jumlah penawaran gandum sebagai akibat dari impor tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.3 pergeseran kurva penawaran

Kurva permintaan pada gambar di atas ditunjukkan dengan D. Sedangkan kurva penawaran gandum pada awalnya adalah S_1 . Namun setelah para pedagang di Madinah kekurangan stock, maka penawaran akan gandum menjadi turun yang ditandai pergeseran kurva penawaran dari S_1 menjadi S_2 . Dengan demikian, titik keseimbangan pasar bergeser dari E_1 menjadi E_2 dan harga menjadi naik dari P_{E1} menjadi P_{E2} . Kemudian dilakukan impor gandum dari Mesir sehingga penawaran kembali naik dengan ditandai pergeseran kurva penawaran ke kanan menjadi S_1 . Maka titik equilibrium juga bergeser

dari E_2 menjadi E_1 sehingga berakibat pada menurunnya harga gandum, yaitu dari P_{E_2} menjadi P_{E_1} .

b. Perubahan pada permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibn Taymiyyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah *al-raghabat fi al-shai'* (keinginan/permintaan atas barang).

Ibn Taymiyyah menyadari bahwa permintaan (*demand*) memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan harga pasar. Ia memberikan penjelasan secara rinci mengenai beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan serta konsekuensinya terhadap harga, yaitu:

1) Pendapatan konsumen.³³

Pada umumnya, konsumen akan menaikkan konsumsinya terhadap suatu barang, ketika ada peningkatan pendapatan, sementara faktor lain dalam keadaan tetap. Jadi semakin tinggi pendapatan konsumen, maka permintaan juga akan semakin meningkat, dan begitu juga sebaliknya.

2) Keinginan masyarakat (*raghbah*)

Keinginan masyarakat terhadap berbagai jenis barang selaluberbedadan berubah-ubah. Perubahan ini sesuai dengan langka atau tidaknya barang-barang yang diminta. Semakin

³³Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 144.

sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati oleh masyarakat.³⁴

Pernyataan ini mengisyaratkan bahwa Ibn Taymiyyah secara implisit menunjukkan peranan ekspektasi terhadap permintaan, kemudian terhadap harganya. Menurutny, keinginan seseorang terhadap suatu barang dipengaruhi oleh ketersediaan barang tersebut. Jika ketersediaan suatu barang langka, maka masyarakat khawatir bahwa esok kemungkinan akan lebih langka sehingga mereka berusaha untuk meningkatkan permintaannya saat ini.

3) Jumlah para peminat (*demanders/tullab*) terhadap suatu barang.

Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang suatu barang semakin banyak, harga barang tersebut akan semakin meningkat, dan begitu pula sebaliknya.³⁵

Pada point ini Ibn Taymiyyah mengisyaratkan bahwa jumlah *demanders* mempunyai pengaruh kuat terhadap *agregat demand*. Jika jumlah *demanders* banyak, misalnya dengan bertambahnya jumlah penduduk, *agregat demand* juga akan semakin tinggi. Ketika *agregat demand* tinggi, sementara faktor lain yang mempengaruhinya dalam keadaan tetap, maka harga juga menjadi tinggi.

³⁴ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29, 523-524.

³⁵ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29, 524.

- 4) Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang serta besar atau kecilnya tingkat dan ukuran kebutuhan.³⁶

Pernyataan ini adalah tentang intensitas kebutuhan dan selera konsumen, di mana jika selera dan kebutuhan konsumen tinggi, maka permintaan juga tinggi.

Ibn Taymiyyah menyatakan bahwa bahan makanan merupakan barang yang paling dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam teori ekonomi modern, permintaan terhadap bahan makanan dikenal sebagai permintaan yang inelastis. Dengan demikian permintaan yang inelastis akan cenderung lebih tinggi dari pada permintaan yang elastis.

Selain itu, pada umumnya produk yang memiliki substitusi rendah akan lebih dibutuhkan dan diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk yang memiliki substitusi tinggi. Oleh karena itu permintaan terhadap produk yang memiliki substitusi rendah juga lebih tinggi dari pada produk yang memiliki substitusi tinggi.

- 5) *Masʾalah*

Dalam beberapa pernyataannya Ibn Taymiyyah menjelaskan bahwa konsumen hendaknya hanya membeli dan mengonsumsi barang-barang yang dibolehkan (dihalalkan) oleh syariah. Hal ini berarti bahwa salah satu faktor yang

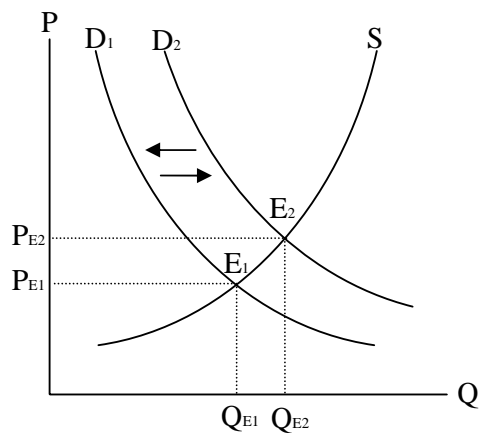
³⁶ Taqiy al-Dīn Abu-al-ʿAbbas Ahmad bin ʿAbd al-Ḥalīm bin Taymiyyah al-Ḥarrānī, *Majmuʿ al-Fatawa*, juz 29, 524.

mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk adalah tingkat *masalah* dari produk itu sendiri. Jika suatu produk memiliki tingkat masalah yang tinggi, maka permintaan terhadapnya akan tinggi. Sebaliknya, jika tingkat *masalah* suatu produk rendah atau bahkan tidak ada, seperti barang-barang yang diharamkan untuk membeli dan mengkonsumsinya, maka permintaan terhadapnya juga rendah.

Faktor-faktor di atas merupakan faktor selain harga yang mempunyai pengaruh cukup kuat dalam membentuk tingkat permintaan. Maka pada saat harga dalam keadaan tetap, permintaan akan cenderung naik jika faktor-faktor di atas adalah positif, dan sebaliknya, permintaan akan cenderung turun jika faktor-faktor di atas adalah negatif.

Dalam teori ekonomi modern, perubahan tingkat permintaan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor selain harga tersebut dikenal dengan perubahan permintaan pasar dengan ditandai pergeseran kurva permintaan dari kiri ke kanan atau dari kanan ke kiri. Pergeseran kurva permintaan ini secara otomatis juga akan berakibat pada pergeseran titik keseimbangan pasar. Secara teoritis, jika permintaan naik dan penawaran adalah tetap, maka harga cenderung naik. Sebaliknya, jika permintaan turun dan penawaran adalah tetap, maka harga cenderung turun.

Sebagai contoh, ketika Rasulullah datang ke Madinah bersama kaum Muhajirin, maka secara otomatis jumlah penduduk Madinah menjadi bertambah. Pertambahan jumlah penduduk tersebut tentu juga berakibat pada bertambahnya permintaan pasar akan gandum. Naiknya permintaan pasar sebagai akibat dari pertambahan jumlah penduduk tersebut dapat digambarkan dengan pergeseran kurva permintaan dari kiri ke kanan seperti pada berikut:



Gambar 4.4 Pergeseran kurva penawaran

Kurva penawaran pada gambar di atas ditandai dengan S. Sedangkan kurva permintaan sebelum terjadi pertambahan penduduk ditandai dengan D_1 , sehingga titik equilibrium berada pada E_1 , dengan tingkat harga P_{E1} dan kuantitas barang yang ditransaksikan Q_{E1} . Namun setelah terjadi pertambahan penduduk, kurva permintaan bergeser ke arah kanan menjadi D_2 , sehingga titik keseimbangan juga berubah menjadi E_2 , dengan tingkat harga P_{E2} dan kuantitas barang yang ditransaksikan Q_{E2} . Dengan demikian dapat kita lihat bahwa pertambahan jumlah penduduk yang mengakibatkan naiknya

permintaan pasar, dapat berakibat pada kenaikan harga gandum, yaitu dari P_{E2} menjadi P_{E1} .

Permintaan pasar juga bisa mengalami penurunan yang diakibatkan oleh berkurangnya jumlah penduduk, yang ditandai dengan pergeseran kurva permintaan dari D_2 menjadi D_1 , sehingga berakibat pada penurunan harga, yaitu dari P_{E2} menjadi P_{E1} .

Selain faktor permintaan dan penawaran, ternyata Ibn Taymiyyah juga mengidentifikasi adanya faktor lain yang dapat berpengaruh pada harga. Namun hal tersebut hanya bersifat kasuistik yang mungkin dilakukan individu atau kelompok tertentu dan bukan merupakan perilaku pasar. Faktor lain tersebut misalnya seperti dalam pernyataan Ibn Taymiyyah bahwa harga bisa bervariasi berdasarkan kualitas pembeli (*al-mu'awid*). Jika pembeli adalah seorang yang kaya dan terpercaya (kredibel) 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.³⁷ Pernyataan tersebut menunjukkan analisis Ibn Taymiyyah pada transaksi kredit. Jika konsumen kaya dan kredibel, maka kepastian membayar akan lebih tinggi sehingga harga akan lebih rendah. Namun jika keadaan konsumen adalah sebaliknya, yakni konsumen miskin dan tidak kredibel, maka kemungkinan ia menunda atau mengingkari

³⁷ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29, 524.

pembayaran akan lebih besar terjadi. Jadi, di sini secara implisit Ibn Taymiyyah sebenarnya memasukkan premi risiko (*risk premium*) dalam komponen pembentukan harga. Semakin kredibel seorang konsumen, maka semakin rendah premi risikonya sehingga harganya juga lebih rendah, dan demikian juga sebaliknya.

Selain itu, faktor yang dapat mempengaruhi harga selain faktor permintaan dan penawaran adalah jenis uang yang digunakan dalam transaksi. Harga akan lebih rendah jika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang yang umum dipakai (*naqd raḥij*) dari pada uang yang jarang dipakai. Istilah *naqd raḥij* sama dengan pengertian *hard currencies* (mata uang kuat) pada saat ini. Dengan menggunakan *hard currencies*, maka risiko instabilitas nilai uang akan lebih kecil dibandingkan menggunakan *soft currencies* (mata uang lemah) sehingga risiko kesalahan dalam transaksi bisa diperkecil. Pada masa itu, di Damaskus uang Dirham (uang perak) lebih umum diterima, sementara uang dinar (uang emas) tidak banyak dipakai sebagai uang.³⁸

Tujuan transaksi yang menghendaki adanya kepemilikan resiprokal di antara kedua belah pihak juga dapat mempengaruhi harga. Ibn Taymiyyah menyatakan bahwa harga suatu barang yang telah tersedia di pasaran lebih rendah dari pada harga suatu barang yang belum ada di pasaran. Begitu pula halnya harga akan lebih

³⁸ Abdul Azim Islahi, *Economic Concept of Ibn Taymiyyah*, 91. Lihat juga Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam*, 308 dan 310 .

rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai daripada pembayaran dilakukan secara angsuran.³⁹

B. Relevansi Konsep Ibn Taymiyyah dengan Konsep Ekonomi Modern

Ekonomi modern adalah suatu konsep ekonomi yang lahir pada masa di mana berbagai pemikiran masalah ekonomi dan tempat pembelajaran mulai bermunculan, serta ada pengembangan pemikiran ekonomi yang pada akhirnya mampu menciptakan sistem perekonomian yang telah berkembang di dunia saat ini.⁴⁰

Sejarah pemikiran ekonomi modern ini dimulai sejak abad ke-15 M sampai saat ini.⁴¹ Namun gagasan tentang pengklasifikasian kekuatan-kekuatan pasar pada dua kategori (permintaan dan penawaran) dan gagasan tentang pembentukan harga oleh permintaan dan penawaran baru matang dibicarakan pada pertengahan abad ke-18 M.⁴²

Ibn Taymiyyah pada abad ke 13-14 M telah mengungkapkan dan menjelaskan gagasannya tentang permintaan dan penawaran serta pengaruhnya terhadap harga dalam dua karyanya, yakni *Majmu' al-Fatawa* dan *al-Hisbah fi al-Islam*. Kenyataannya, gagasan yang ditawarkan oleh Ibn Taymiyyah tersebut nyaris sama dengan konsep ekonomi modern yang digunakan saat ini.

Untuk lebih jelasnya, konsep mekanisme pasar Ibn Taymiyyah yang dapat ditarik relevansinya dengan konsep ekonomi modern adalah sebagai berikut.

³⁹ Taqiy al-Din Abu-al-'Abbas Ahmad bin 'Abd al-Halim bin Taymiyyah al-Harrani, *Majmu' al-Fatawa*, juz 29, 525.

⁴⁰ Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam*, 26.

⁴¹ Ibid.

⁴² Abdul Azim Islahi, *Ibn Taimiyyah's Concept of Market Mechanism*, 157.

1. Kondisi pasar yang ideal

Mekanisme pasar dapat bekerja secara sempurna atau tidak, bergantung dari struktur pasar yang dihadapi. Ketika kondisi pasar sedang bersaing, yakni ketika tidak ada produsen tunggal yang menguasai pasar, tidak ada *exit and entry barrier*, terbukanya informasi secara luas, produk yang dijual adalah homogen atau dengan substitusi tinggi, maka mekanisme pasar akan dapat bergerak secara bebas dan bekerja secara sempurna. Sebaliknya mekanisme pasar akan menjadi lumpuh ketika pasar sedang dalam keadaan tidak bersaing, misalnya karena adanya kekuatan monopoli yang menguasai pasar atau ada intervensi pemerintah yang mengakibatkan distorsi.

Oleh karena itu, dalam sistem ekonomi yang menganut asas kebebasan, pasar akan dikatakan ideal ketika berada pada kondisi yang kompetitif serta tidak ada distorsi yang dapat mengganggu kerja mekanisme pasar.

Dalam hal ini, Ibn Taymiyyah telah menjelaskan tentang pentingnya suatu pasar yang kompetitif. Ia menjelaskan dengan beberapa pernyataannya tentang larangan memaksa menjual atau tidak menjual (ini berkaitan dengan *exit and entry barrier*), larangan melakukan monopoli dan penimbunan, larangan melakukan kesepakatan di antara penjual dan pembeli untuk menentukan harga, serta kewajiban bagi penjual dan pembeli mengetahui informasi pasar mengenai harga pasar dan kualitas barang.

Dari penjelasan tersebut, dipahami bahwa pada dasarnya Ibn Taymiyyah mengkehendaki suatu kondisi pasar yang bersaing, yakni terbebas dari praktek monopoli dan timbulnya distorsi, sehingga pasar mampu membawa kemaslahatan bagi masyarakat yang salah satunya adalah terbentuknya harga yang adil.

2. Kecenderungan pasar dalam membentuk kondisi ekuilibrium (terbentuknya *market price*)

Dalam konsep ekonomi modern dinyatakan bahwa pada dasarnya suatu pasar yang kompetitif akan cenderung bergerak mengarah pada kondisi ekuilibrium. Hal ini terjadi akibat adanya tarik menarik antara keinginan penjual dan pembeli. Berdasarkan hukum penawaran, produsen akan menjual produk sebanyak-banyaknya dengan harga yang setinggi-tingginya. Di sisi lain, berdasarkan hukum permintaan, konsumen akan membeli barang sebanyak-banyaknya dengan harga yang serendah-rendahnya. Titik ekuilibrium akan terjadi manakala tingkat penawaran sama dengan tingkat permintaan, dalam kasus mikro, apabila terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan kuantitas dan harga tertentu.

Ibn Taymiyyah menjelaskan hal ini dengan menyatakan bahwa jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama sebagaimana firman Allah dalam surah al-Nisa² ayat 29, yakni jual beli yang melalui proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pada kuantitas dan harga tertentu. Proses tawar-menawar yang dilakukan oleh

penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tidak yang menumbuhkan rasa kerelaan di antara kedua belah pihak inilah yang kemudian melahirkan kesepakatan untuk melakukan transaksi. Kesepakatan-kesepakatan yang terjadi di antara seluruh penjual dan pembeli ini kemudian menjadi penawaran industri dan permintaan industri yang pada akhirnya akan menuntun dan membawa pasar pada kondisi ekuilibrium.

3. Pengaruh perubahan fungsipermintaan dan penawaran terhadap harga

Dalam konsep ekonomi modern dijelaskan bahwa dalam pasar kompetitif pergerakan harga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Secara teoritis dapat dinyatakan bahwa ketika permintaan naik dan penawaran turun atau tetap, maka harga akan cenderung naik, *ceteris paribus*. Demikian juga sebaliknya, ketika permintaan turun sementara penawaran naik atau tetap, maka harga akan cenderung turun, *ceteris paribus*.

Ibn Taymiyyah menjelaskan hal ini dengan pernyataannya bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh kezaliman yang dilakukan seseorang. Terkadang, alasannya adalah kekurangan dalam produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Jadi, ketika permintaan naik dan penawaran turun, harga dengan sendirinya akan naik. Di sisi lain, jika persediaan barang meningkat dan permintaannya menurun, maka harga akan turun.

Dari penjelasan Ibn Taymiyyah tersebut dapat dipahami bahwa betapa permintaan dan penawaran memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam pembentukan harga pasar. Maka pernyataan tersebut jelas sesuai dengan mekanisme harga dalam konsep ekonomi modern.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran

Dalam teori ekonomi mikro disebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan adalah harga barang yang bersangkutan, pendapatan konsumen, harga barang lain yang terkait, selera dan preferensi konsumen, ekspektasi, dan dalam teori ekonomi mikro Islam ditambah lagi dengan *maslahah*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah keuntungan, permintaan konsumen dan ditambah dengan *maslahah* jika dalam teori ekonomi mikro Islam.

Ibn Taymiyyah juga telah menyebutkan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan, meski tidak sekomplit dalam teori ekonomi mikro. Misalnya Ibn Taymiyyah tidak menyebutkan harga barang lain yang terkait sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan. Hal itu karena faktor ini berkaitan dengan homogenitas produk yang ada di pasar dan banyaknya barang substitusi. Pada masa Ibn Taymiyyah, ragam produk yang ditawarkan tentu tidak sebanyak saat ini yang memberikan banyak pilihan terhadap konsumen. Sehingga faktor harga barang lain yang terkait tidak terlalu kuat pengaruhnya atau bahkan

tidak berpengaruh sama sekali terhadap permintaan konsumen pada barang tertentu.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemikiran Ibn Taymiyyah tentang mekanisme pasar yang meliputi struktur pasar, pembentukan *market price*, pengaruh perubahan fungsi permintaan dan penawaran terhadap harga dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran adalah relevan dengan konsep ekonomi modern.