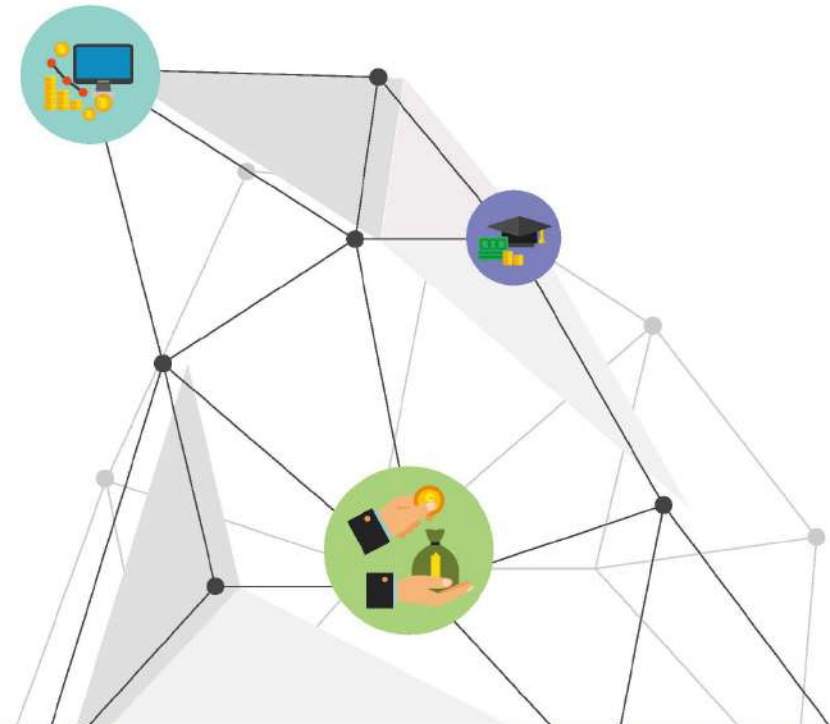


EKONOMI MIKRO ISLAM

(Dilengkapi dengan Aplikasi pada Riset Ekonomi)



Masyhuri Machfudz
Muhamad Buchori

EKONOMI MIKRO ISLAM
(Dilengkapi dengan Aplikasi pada Riset Ekonomi)

Masyhuri Machfudz
Muhamad Buchori

Buku Ekonomi Mikro Islam merupakan sinergi keilmuan ekonomi mikro dan ke Islaman. Buku ini ditujukan untuk membantu mahasiswa tingkat sarjana S1 maupun S2 yang berfokus pada bidang ekonomi dan ke Islaman.

Keunikan dari buku ini adalah banyak penguatan sumber keilmuan ekonomi Islam dari Al-Qur'an dan Al-Hadist yang dikombinasikan dengan keilmuan ekonomi modern.

CV. IDRH 2018

EKONOMI MIKRO ISLAM
(Dilengkapi dengan Aplikasi pada Riset Ekonomi)

Oleh:
Masyhuri Machfudz
Muhamad Buchori

International Research and Development for Human Beings

Malang

2018

Penulis : Dr. Ir. H. Masyhuri, MP. Bin Machfudz
Muhamad Buchori, Lc.
ISBN : 978-602-6672-60-5
Editor : Cakti Indra Gunawan, SE., MM., Ph.D
Layout : Bayu Febri Basudewo
Cover : Abdi Bakti Prasetya, Amd. Far.

Cetakan Pertama, Februari 2018

Diterbitkan oleh:



CV. IRDH (Research & Publishing)

Anggota IKAPI No. 159-JTE -2017

Office: Jl. A. Yani Gg. Sokajaya 59 Purwokerto

New Villa Bukit Sengkaling C9 No.1 Malang

HP. 081 357 217 319 WA. 089 621 424 412

www.irdhcenter.com

email: irdhresearch@gmail.com

Sanksi Pelanggaran Pasal 27 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002

Tentang Hak Cipta:

- 1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) 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 sebagaimana dimaksud pada ayat (1) 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

Alhamdulillah, puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan pertolongan kepada kami, serta Shalawat dan salam semoga tercurah kepada baginda Rasulullah SAW beserta keluarga dan para sahabat beliau, demikian pula syukur kepada orang tua dan guru-guru kami sehingga buku ini dapat tersusun.

Buku ini dinamakan *Ekonomi Mikro Islam* dengan dua pendekatan, yaitu: konvensional dan Islam (Al-Qur'an dan Al-Hadits). Disamping itu, diupayakan sedapat mungkin bisa diaplikasi pada riset. Pokok bahasan dalam Ekonomi Mikro Islam ini ada 4 (empat), diantaranya:

Pokok Bahasan	Hasil Akhir
Teori Konsumsi	Permintaan (<i>demand</i> , 'Q ^d ')
Teori Produksi	Alokasi <i>input</i> (faktor produksi) yang optimal
Teori Biaya	Penawaran (<i>supply</i> , 'Q ^s ')
Organisasi Pasar	Struktur pasar

Buku ini dapat digunakan mahasiswa yang sedang menempuh mata kuliah ekonomi syariah, baik tingkat sarjana maupun pascasarjana. Tingkat pascasarjana lebih ditekankan pada aplikasi risetnya. Oleh karena itu, empat pokok bahasan di atas dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan sesuai dengan perkembangan ilmu.

Mahasiswa tetap diharapkan untuk menambah buku-buku bacaan lain yang menurut anda lebih mudah dipahami. Semoga bermanfaat dan berkah. Aamiin... aamiin... aamiin.

Malang, Januari 2018

Penulis

POKOK BAHASAN DALAM EKONOMI MIKRO ISLAM

BAB I Pendahuluan

Pokok Bahasan	Dimensi ekonomi zaman Nabi, Rasulullah SAW, dan Ekonomi Global.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui perekonomian dalam sejarah, baik secara konvensional maupun perekonomian zaman Nabi dan rasul hingga Rasulullah SAW serta perekonomian global.
Tujuan Bahasan	Memahami pada mahasiswa tentang perbedaan kajian ekonomi mikro-makro, ekonomi Islam, dan ekonomi global.
Peluang Riset	Relevansi antara ekonomi global dengan ekonomi Islam dan peluang untuk melakukan riset sejarah perekonomian.

BAB II Teori Konsumsi

Pokok Bahasan	Teori konsumsi kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori konsumsi yang mana teori ini dapat menghasilkan permintaan kurva permintaan (<i>demand</i> , 'D') dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami asal usul kurva permintaan (<i>demand curve</i>) <i>demand</i> yang dapat diaplikasikan pada riset berupa permintaan produk (barang atau jasa).
Peluang Riset	<ul style="list-style-type: none">• Mekanisme integrasi dapat dimunculkan pada konstruksi variabel yang akan diteliti berupa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.• Hubungan elastisitas permintaan, total penerimaan, dan penerimaan marginal. Peluang riset terdapat pada simulasi kebijakan harga (<i>the price policy</i>) oleh produsen guna meningkatkan volume penjualan dan menghindari kemubaziran stok barang di penyimpanan.

BAB III Teori Produksi

Pokok Bahasan	Teori produksi kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori produksi yang mana teori ini dapat menghasilkan alokasi <i>input</i> (bahan baku) secara optimal dalam menghasilkan <i>output</i> (produk) yang optimal guna menghindari kemubaziran dalam penggunaan/alokasi <i>input</i> .
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami manajemen produksi dalam rangka mengetahui alokasi input yang optimal dan menghindari kemubaziran (<i>the economic losses</i>).
Peluang Riset	Optimalisasi ini dapat diaplikasikan pada riset secara integratif, dan bukti secara matematik optimal adalah menguntungkan mekanisme integrasi. Hal ini dapat dimunculkan pada konstruksi variabel yang akan diteliti, khususnya dengan <i>input</i> yang berbeda dan <i>output</i> yang berbeda sehingga konsekuensi zakat pun akan berbeda.

BAB IV Teori Biaya, Manajemen Harga dan Model Transaksi Syariah (Aplikasi: *Qordhu Hasan*)

Pokok Bahasan	Teori biaya kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori biaya yang dapat menghasilkan kurva penawaran (<i>supply curve</i> , 'S'), harga pokok penawaran (penjualan, 'HPP'), harga di tingkat distributor, dan harga di tingkat konsumen baik secara konvensional maupun dari perspektif Islam untuk kemudian dianalisis, serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami mekanisme terbentuknya harga pokok penjualan produk sehingga dapat ditentukan harga pilihan (<i>the choice</i>) yang menguntungkan secara syariah.
Peluang Riset	Mekanisme pilihan (<i>choice</i>) transaksi secara syariah dapat dilakukan melalui aplikasi riset integrasi yang dapat memunculkan perbedaan (<i>comparation</i>) praktek bank konvensional maupun bank syariah. Contoh aplikasi pada <i>Qordhu Hasan</i> dapat diteliti tingkat ke-NYAMAN-an konsumen dan keuntungan produsen (kasus pada Dhearis Motor).

BAB V Organisasi Pasar: Pasar Persaingan Sempurna, Monopoli, Oligopoli dan Monopsoni

Pokok Bahasan	Analisis organisasi pasar
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui morfologi pasar secara konvensional dan syariah.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa akan memahami terbentuknya pasar, lembaga pemasaran, dan pelaku pasar.
Peluang Riset	Analisis efisiensi pemasaran, margin pemasaran, elastisitas transmisi, <i>share</i> perolehan pelaku pemasaran, dan justifikasi morfologi pasar, serta rekomendasinya sesuai syariah.

BAB VI Keseimbangan (*Equilibrium*) Penawaran dan Permintaan

Pokok Bahasan	Analisis keseimbangan permintaan dan penawaran, baik secara grafik dan matematika, serta dampak adanya pajak dan subsidi.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui tingkat keseimbangan harga dan jumlah barang, terjadinya kelebihan penawaran (<i>exes supply</i>), dan kelebihan permintaan (<i>exes demand</i>).
Tujuan Bahasan	Mahasiswa akan memahami bekerjanya harga keseimbangan serta aplikasi keseimbangan untuk menganalisis bekerjanya kebijakan harga (<i>the price policy</i>) oleh pemerintah berupa harga dasar (<i>floor price</i>) dan harga atap (<i>ceeling price</i>).
Peluang Riset	Efektivitas bekerjanya kebijakan harga oleh pemerintah pada komoditas politis berupa gabah dan kedelai. Alasan utama pada “titik ungitnya” (problemnya) adalah adanya praktek IKHTIKAR = penimbunan untuk <i>buffer stock</i> .

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENERBIT	ii
KATA PENGANTAR	iii
POKOK BAHASAN DALAM EKONOMI MIKRO ISLAM.....	iv
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Ekonomi Zaman kehidupan Para Nabi	1
1.1.1 Ekonomi Zaman Nabi Adam	3
1.1.2 Ekonomi Zaman Nabi Nuh	5
1.1.3 Ekonomi Zaman Nabi Hud	5
1.1.4 Ekonomi Zaman Nabi Ibrahim.....	8
1.1.5 Ekonomi Zaman Nabi Saleh	10
1.1.6 Ekonomi Zaman Nabi Syuaib	11
1.1.7 Ekonomi Zaman Nabi Yusuf	14
1.1.8 Ekonomi Zaman Nabi Musa	16
1.2 Ekonomi Rasulullah SAW: Pembangunan Ekonomi Kota Madinah.....	21
1.3 Sejarah Ilmu Ekonomi	24
1.3.1 Ekonomi Klasik.....	25
1.3.2 Ekonomi Sosialis.....	26
1.3.3 Ekonomi Global	28
1.4 Resume.....	28
1.5 Peluang Riset	29

BAB II TEORI KONSUMSI.....	30
2.1 Konsumsi (<i>Counsumption</i>) Pandangan Ekonomi Konvensional ..	30
2.1.1 Keinginan dan Keterbatasan Konsumen.....	30
2.1.2 Keseimbangan Konsumen dan Asal Usul Kurva Permintaan (<i>Demand</i>).....	36
2.1.3 Kurva dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan serta Fungsi Permintaan.....	37
2.2 Konsumsi dalam Pandangan Ekonomi Islam	44
2.3 Komparasi Pandangan Teori Ekonomi Konvensional dan Islam pada Teori Konsumsi (<i>The Economics Integration</i>)	49
2.4 Elastisitas Permintaan, Total Penerimaan (TR) dan Simulasi Harga	51
2.5 Kebijakan Harga Perusahaan (<i>The Price Policy of Firm</i>): Harga “Islam” dan Harga “Mafia” dan Simulasi Harga	53
2.5.1 Hubungan Elastisitas Harga (Eh), Total Revenue (TR) dan Marginal Renenue (MR).....	53
2.5.2 Harga “Islam” dan Harga “Mafia”	55
2.5.3 Simulasi Harga.....	56
 BAB III TEORI PRODUKSI.....	 59
3.1 Konsep Dasar Aktivitas Produksi.....	59
3.2 Hubungan Fisik Input dan Output	60
3.2.1 Hubungan Produksi Total (PT), Produksi Rata-rata (PR), dan Marginal (PM)	62
3.2.2 Daerah-Daerah (Stage)	65
3.2.3 Tingkat Elastisitas Produksi (EP)	66
3.3 Alokasi Input yang Optimum	66
3.3.1 Syarat Alokasi Input yang Optimal	66
3.3.2 Posisi Optimal ada 3 dan Upaya melakukan Posisi Optimal.....	68
3.3.3 Aplikasi Model Cobb-Douglas pada Fungsi Produksi	69

3.4 Pola Produksi Berdasarkan Al-Qur'an.....	72
3.5 Relevansi Aktivitas Produksi Konvensional dan Islam	76
BAB IV TEORI BIAYA, MANAJEMEN HARGA, DAN MODEL	
TRANSAKSI SYARIAH (APLIKASI: QORDHU HASAN).....	77
4.1 Teori Biaya (<i>Cost</i>) dan Manajemen Harga	77
4.2 Harga “ala” Rasulullah SAW.....	85
4.3 Model Transaksi Qordhu Hasan: Studi Empirik pada “Dhearis Motor”	86
4.4 Peluang Riset Manajemen Harga.....	89
BAB V ORGANISASI PASAR: PASAR PERSAINGAN SEMPURNA, MONOPOLI, OLIGOPOLI, DAN MONOPSONI.....	
5.1 Pasar Persaingan Sempurna (<i>Perfect Competition Market</i>).....	90
5.2 Pasar Monopoli	96
5.3 Penelitian: Analisis Morfologi Pasar	102
BAB VI KESEIMBANGAN (<i>EQUILIBRIUM</i>) PENAWARAN DAN PERMINTAAN.....	
6.1 Fungsi Penawaran (Supply, Qs) dan Fungsi Permintaan (Demand, Qd)	107
6.2 Analisis <i>Break Event Point</i> (Titik Impas)	108
6.3 Keseimbangan: Teori Laba-laba (<i>Cob Webb Theorem</i>) dan <i>Price Policy</i>	110
6.3.1 Keseimbangan dan Teori Laba-laba (<i>Cob Webb Theorem</i>)	110
6.3.2 Mekanisme Kebijakan Harga (<i>Price Policy</i>)	112
6.4 Aspek Syariah: Peluang Penelitian Ikhtikar (Penimbunan).....	114
6.5 Permintaan dan Penawaran dalam Perspektif Islam	115
DAFTAR PUSTAKA.....	122
GLOSARIUM	124
INDEKS	126
TENTANG PENULIS	127

BAB I

PENDAHULUAN

Pokok Bahasan	Dimensi ekonomi zaman Nabi, Rasulullah SAW, dan Ekonomi Global.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui perekonomian dalam sejarah, baik secara konvensional maupun perekonomian zaman Nabi dan rasul hingga Rasulullah SAW serta perekonomian global.
Tujuan Bahasan	Memahamkan pada mahasiswa tentang perbedaan kajian ekonomi mikro-makro, ekonomi Islam, dan ekonomi global.
Peluang Riset	Relevansi antara ekonomi global dengan ekonomi Islam dan peluang untuk melakukan riset sejarah perekonomian.

1.1 Ekonomi Zaman Kehidupan para Nabi

Kitab Al-Hunnyah (1971:280) merupakan kitab yang melatar belakangi awal mula munculnya kegiatan ekonomi saat Nabi Adam AS dan Hawa dikeluarkan oleh Allah dari surga. Saat Allah menurunkan surah Al-Baqarah ayat 30, disebutkan bahwa Allah mempunyai rencana untuk menciptakan makhluk yang mulia berupa manusia yang dijadikan sebagai khalifah di muka bumi ini. Para malaikat saat itu merespon tidak setuju, bahkan mengatakan: “Apakah dengan penciptaan manusia tidak akan menimbulkan kerusakan dan saling membunuh diantaranya?” pertanyaan para malaikat ini dijawab oleh Allah, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa-apa yang tidak kamu ketahui”. Setelah Allah menciptakan Nabi Adam, Allah mengajari semua nama-nama benda yang ada di bumi. (Wahai Adam, ini adalah kuda (*faraasan*), ini adalah keledai (*bighalun*), dan ini adalah himar), hingga perabot dapur rumah tangga pun diajarkannya. “Wahai Adam, ini adalah panci besar (*qas-atun*) dan ini adalah panci kecil (*qushai-atun*). Kemudian, setelah selesai proses belajar, Nabi Adam diangkat menjadi gurunya para malaikat, dan diminta untuk mengajarkan nama-nama yang telah diajarkan oleh Allah. (Ya Adam *ambi’hum* biasmaa-ihim, Q.S. Al-Baqarah: 33), disitulah akhirnya para

malaikat mengatakan: Mahasuci Engkau, kami tidak mengetahui apa-apa kecuali Engkau ajarkan kepada kami. (subhanaka laa ‘ilma lana illa maa ‘allamtanaa; Q.S. Al-Baqarah: 32).

Suatu hari, Nabi Adam AS dikeluarkan oleh Allah karena telah melanggar ketentuan-Nya, yaitu dengan memakan buah khuldi (langgeng). Kata khuldi ini dipakai oleh setan sebagai alat untuk menggoda nabi Adam agar memakannya – padahal saat itu sudah dibantah oleh nabi Adam karena itu larangan Allah. Namun, diplomasi setan saat itu, “khuldi=langgeng”. Jika ingin “langgeng”, maka makanlah. Saat Nabi Adam dikeluarkan oleh Allah, ia mengalami kebingungan di dunia (*ista hasya*), merasa lapar, haus, bahkan ingin buang air besar – semuanya Nabi Adam tidak tahu bagaimana cara melakukannya. Saat itulah, Allah mengutus malaikat Jibril untuk mengajari Nabi Adam (*faba atsallahu* Jibril) untuk menenangkannya (*fa-asahu*). Malaikat Jibril mengajari cara menanam gandum, cara memanen, cara mengolah untuk membuat roti, dan sebagainya. Hal ini dapat diimplikasikan, hikmah muncul saat Nabi Adam dikeluarkan Allah dari surga, dan ada aktivitas ekonomi di dalamnya, yaitu bercocok tanam (*agricultural activity*), cara memanen, dan olah panen dari gandum menjadi roti yang merupakan aktivitas pasca panen atau dapat dikatakan aktivitas itu lengkap dari hulu hingga hilir (*the all activity*).

Tugas Nabi dan Rasul terdapat pada surah Yusuf ayat 111, yaitu mengenalkan Allah dan mengajak umatnya untuk beriman, juga berperan dalam memperbaiki perilaku negatif umatnya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku ekonomi. Sejarah menunjukkan bahwa semua para Nabi dan Rasul bertujuan untuk melatih menjadi pemimpin dan melatih kesabaran. Sebagaimana kisah Nabi Musa tampak jelas bahwa saat akan menerima wahyu di “lembah suci” (*al-wadi al-muqaddas*), ia membawa sebuah tongkat yang dikatakannya sebagai alat “bersandar/bertelekan, merontokkan daun untuk (makanan) kambingnya, dan keperluan lainnya” (Q.S. Taha: 18). Selain itu, di dalam Al-Qur’an banyak ditemukan penjelasan,

bukan hanya sekadar untuk meluruskan perilaku ekonomi yang menyimpang, tetapi juga untuk menjadi petunjuk berupa prinsip-prinsip yang harus dipatuhi dalam melaksanakan kegiatan ekonomi. Petunjuk Al-Qur'an dan Al-Hadits menjadi penting, terutama disaat umat manusia menghadapi berbagai persoalan ekonomi akibat kecenderungan materialistis dan perilaku amoral. Menjadi penting memberikan sentuhan moral dan etika dalam dunia ekonomi sesuai tuntunan yang dibawa oleh para Nabi dan Rasul.

1.1.1 Ekonomi Zaman Nabi Adam

Sebagaimana pada penjelasan di awal, Nabi Adam dan istrinya diturunkan ke muka bumi akibat godaan setan dan memakan buah dari pohon terlarang (Q.S. Al-Baqarah: 36). Setan mengatakan bahwa yang tidak boleh itu adalah mendekati pohon (*syajarah*), tetapi buahnya boleh diambil karena buahnya bernama khuldi yang berarti tetap/kekal. Jika ingin kekal, maka makanlah buah khuldi itu. Karena Nabi Adam melanggar itu, mereka memasuki kehidupan baru yang jauh berbeda dengan sebelumnya ketika masih di surga. Agar dapat memenuhi kebutuhan pokok hidupnya di dunia, Nabi Adam perlu bekerja keras, sebab kehidupan di dunia dipenuhi dengan kesulitan. Surah Taha ayat 117-118 menjelaskan bahwa kesulitan itu antara lain: memenuhi kebutuhan makanan, pakaian, minuman, dan menghadapi perbedaan cuaca. Sangat wajar jika Nabi Adam kemudian melakukan berbagai kegiatan yang dapat menjaga kelangsungan hidupnya dan kehidupan manusia setelahnya, serta makhluk lain yang hidup berdampingan dengannya sebagai wujud upaya memakmurkan bumi. Bukan saja dalam bentuk kebutuhan akan makanan dan minuman, tetapi juga berbagai sarana yang memberikan perlindungan dan rasa aman. Berbagai macam kebutuhan yang dipenuhi oleh Nabi Adam, diantaranya adalah:

- a) Kebutuhan pokok, seperti: makanan, minuman, pakaian, dan perumahan. Ekonomi konvensional menjadi kebutuhan mendasar terjadi perbedaan, namun pada Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 89, menyatakan empat hal pokok kebutuhan dasar yakni: makanan, pakaian, minuman, dan tempat tinggal. Surat di atas didukung juga firman Allah dalam Surah Taha ayat 117-119, yaitu "Wahai Adam! Sungguh ini (iblis) musuh bagimu dan bagi istrimu, maka sekali-kali jangan sampai dia mengeluarkan kamu berdua dari surga, nanti kamu celaka. Sungguh, ada (jaminan) untukmu di sana, engkau tidak akan kelaparan dan tidak akan telanjang. Dan sungguh, di sana engkau tidak akan merasa dahaga dan tidak akan ditimpa panas matahari". Kenyataan ini terjadi saat Nabi Adam melanggar dengan memakan buah khuldi. Saat di dunia, Nabi Adam tidak merasakan lagi apa yang telah dinikmati di surga dan Nabi Adam di bawah bimbingan Malaikan Jibril untuk memenuhi hal di atas, juga pada ayat 118, kata kelaparan bergandengan dengan kata telanjang (*uryan*) sebagai isyarat bahwa keduanya adalah bentuk penderitaan batin (lapar) dan lahir (telanjang). Pada ayat 119, kata dahaga disebut berdampingan dengan panas matahari untuk menunjukkan dahaga adalah bentuk kepanasan lahir dan duha adalah panas batin, demikianlah tafsir dari Ibnu Katsir. Dari sini kita dapat berkata, segala sesuatu yang dapat memelihara sisi batiniah manusia, makanan dan minuman harus diprioritaskan daripada yang bersifat lahiriah, pakaian, dan tempat tinggal. Di samping itu, pada kehidupan dunia digambarkan penuh dengan permusuhan yang bermotif pada pemenuhan dasar di atas.
- b) Kerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagaimana pada Surah Al-Balad ayat 4, yaitu "Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia berada dalam susah payah (*kabad*)". Saat itu, pemberian Allah berupa gandum untuk ditanam, dipanen, dan dibuat roti dalam Surah Taha ayat 117 dengan proses panjang yang melelahkan.

Peluang riset yang dapat diambil pada kisah Nabi Adam ini adalah pada sisi hulu, yaitu aktivitas usaha tani gandum yang saat itu Nabi Adam mengalami kelaparan dan dahaga, aktivitas pembuatan roti yaitu pasca panen yang saat itu mengalami kebingungan ingin dibuat apa gandum ini, kebutuhan pakaian, aktivitas kebersihan dan kesehatan yang dideskripsikan pada kesulitan Nabi Adam untuk buang air besar.

1.1.2 Ekonomi Zaman Nabi Nuh

Q.S. Hud: 40 mengisahkan bahwa Nabi Nuh merasa gagal untuk mengajak kaumnya untuk beribadah kepada Allah SWT dan sedikit yang mengikutinya. Nabi Nuh hampir putus asa dan saat selamat dari banjir dan kaumnya – mereka bekerja keras pada tiga hal, yaitu pertanian (menanam pohon untuk memenuhi kebutuhan pokok industri), pertukangan (menyiapkan kayu yang sesuai ukuran), dan industri (merakit kayu sehingga menjadi perahu). Aspek pembuatan perahu ini menjadi bahan ejekan kaumnya, tetapi yang perlu ditekankan di sini adalah aktivitas ekonominya yang berupa kerja keras, konsisten, serius, dan percaya diri meskipun muncul berbagai komentar yang tidak nyaman.

Peluang riset yang dapat diaplikasikan adalah tentang ketenaga kerjaan (MSDM), yaitu penekanannya pada kinerja karyawan (kaum Nabi Nuh), menjunjung tinggi profesionalisme meskipun ada komentar sindiran dari pihak lain.

1.1.3 Ekonomi Zaman Nabi Hud

Q.S. Al-A'raf: 65-72, Q.S. Hud: 50-60, Q.S. Asy-Syu'ara': 123-140, dan Q.S. Al-Ahqaf: 21-28 mengisahkan tentang kisah Nabi Hud, yaitu perilaku ekonomi kaumnya secara tegas disebutkan dalam firman-Nya (Asy-Syu'ara': 123-140) tentang:

a) Investasi produktif yaitu kisah yang mengajarkan kita cara memilih bentuk investasi yang efektif dan produktif. Hal ini diindikasikan pada pertanyaan “Apakah kamu mendirikan pada tiap-tiap tanah tinggi bangunan untuk bermain-main, dan kamu membuat benteng-benteng dengan maksud supaya kamu kekal (di dunia)?” tafsir Ibnu Katsir menjelaskan, “Kaum Nabi Hud memusatkan perhatian mereka pada upaya mendirikan bangunan-bangunan megah, bukan atas dasar kebutuhan riil, tetapi sekadar untuk main-main dan pamer kekuatan, serta kekayaan”. Hal ini sesuai dengan fenomena saat ini dalam bisnis properti. Dunia usaha dibanjiri dengan banyak bangunan megah di kota, sekitar pegunungan (puncak), pantai, dan tempat berlibur yang digunakan hanya beberapa hari dalam setahun, tidak sedikit areal perumahan yang tidak ada penghuninya, dimana motivasi membeli rumah dan/kaplingan tanah hanya untuk investasi dari berbagai kalangan yang berpenghasilan menengah ke atas. Kalangan berpenghasilan rendah kesulitan mencari rumah yang layak dan terjangkau untuk tempat tinggal. Bisnis ini dikecam oleh Nabi Hud karena merupakan pemanfaatan modal yang tidak proporsional. Demikian juga yang dilakukan oleh Abu Darda, salah seorang sahabat Nabi Muhammad, yang ketika itu menyaksikan umat Islam memusatkan perhatian dengan menghias jalan utama di kota Damaskus dengan cara berlebihan.

Peluang untuk melakukan penelitian adalah tentang dampak alih lahan pertanian ke non pertanian (industri perumahan). Mulai dari aspek produksi pertanian, kondisi sosial ekonomi pasca menjual lahan pertanian pada pengembang, kondisi keberadaan perumahan dari aspek harga hingga penghuni menetap dan penghuni yang temporer (sebagai penginapan saat wisata), jumlah rumah kosong, jumlah rumah rusak dan tingkat kemubaziran akibat dari rumah yang berada di kawasan perumahan satu dengan lainnya. Hal ini menarik untuk

diteliti sehingga kebijakan alih lahan pertanian menjadi perhatian yang serius oleh semua pihak. Kelompok saran yang diteliti adalah areal perumahan kelas bawah, menengah dan kelas elit.

- b) Kritik terhadap strategi pengembangan ekonomi yang berlandaskan keyakinan bahwa kekuatan ekonomi adalah jalan mewujudkan keabadian di dunia. Dalam kisah kaum 'Ad disebutkan, "Dan kamu membuat benteng-benteng dengan maksud supaya kamu kekal (di dunia)?"'. Dengan kata lain, tujuan membangun istana dan benteng itu adalah untuk kesombongan dan kebanggaan, berharap kekal di dunia dan melupakan kehidupan akhirat.
- c) Pada Q.S. Asy-Syu'ara': 130 mengungkapkan "dosa" ekonomi akibat kezaliman dan tidak mengindahkan seruan kebaikan pada Q.S. Asy-Syu'ara: 136 yang mengakibatkan datangnya azab dari Allah. Karena mereka begitu bengis lantaran merasa kuat, bertindak semena-mena, dan beranggapan kekuatan mereka secara fisik dan kekayaan harta berupa bangunan kokoh akan membuatnya kekal, maka Allah mendatangkan azab berupa angin yang sangat kuat sehingga melumat dan meluluhlantakkan semua bangunan dan benteng/istana mereka. "Sedangkan kaum 'Ad, mereka telah dibinasakan dengan angin topan yang sangat dingin, Allah menimpakan angin itu kepada mereka selama tujuh malam delapan hari terus-menerus; maka kamu melihat kaum 'Ad pada waktu itu mati bergelimpangan seperti batang-batang pohon kurma yang telah kosong (lapuk). Maka adakah kamu melihat seorang pun yang masih tersisa diantara mereka?" (Q.S. Al-Haqqah: 6-8). Untuk itulah anjuran bertobat kepada Allah pada kaum 'Ad; bahwa: dan (Hud berkata), "Wahai kaumku! Mohonlah ampunan kepada Tuhanmu lalu bertobatlah kepada-Nya, niscaya Dia menurunkan hujan yang sangat deras, Dia akan menambahkan kekuatan di atas kekuatanmu, dan janganlah kamu berpaling menjadi orang yang berdosa" (Q.S. Hud: 52).

1.1.4 Ekonomi Zaman Nabi Ibrahim

Aktivitas ekonomi pada zaman Nabi Ibrahim tergambarkan saat beliau berdoa yang mencerminkan firman Allah melalui lisan Nabi Ibrahim (Q.S. Al-Baqarah: 126), Dan (ingatlah) ketika Ibrahim berdoa, “Ya Tuhanku, jadikanlah (negeri Mekah) ini negeri yang aman dan berilah rezeki berupa buah-buahan kepada penduduknya, yaitu diantara mereka yang beriman kepada Allah dan hari kemudian,” Dia (Allah) berfirman, “Dan kepada orang yang kafir akan Aku beri kesenangan sementara, kemudian akan Aku paksa dia ke dalam azab neraka dan itulah seburuk-buruk tempat kembali”.

Selanjutnya melalui doa Nabi Ibrahim pula Allah berfirman: dan (ingatlah), ketika Ibrahim berdoa, “Ya Tuhan, jadikanlah negeri ini (Mekah), negeri yang aman, dan jauhkanlah aku beserta anak cucuku agar tidak menyembah berhala.” (Q.S. Ibrahim: 35). Demikian juga Allah berfirman: Ya Tuhan, sesungguhnya aku telah menempatkan sebagian keturunanku di lembah yang tidak mempunyai tanam-tanaman di dekat rumah Engkau (Baitullah) yang dihormati, ya Tuhan (yang demikian itu) agar mereka melaksanakan salat, maka jadikanlah hati sebagian manusia cenderung kepada mereka dan berilah mereka rezeki dari buah-buahan, mudah-mudahan mereka bersyukur. (Q.S. Ibrahim: 37)

Atas dasar ayat-ayat di atas, maka implikasi yang dapat diambil ada dua, yaitu (i) Kebutuhan fisiologis berupa makanan-minuman, pakaian, dan perumahan sehingga diharapkan harus kerja keras untuk memenuhinya, dan (ii) Kebutuhan psikologis, khususnya rasa aman, agar tercipta iklim perekonomian yang sehat dan kondusif. Hal ini tertera secara jelas pada Q.S. Al-Baqarah: 126 di atas, yang awalnya penyebutan doa agar tercipta negeri yang aman daripada doa agar diberi rezeki berupa makanan. Rasa aman dari stabilitas ekonomi, tidak ada “penjajahan” ekonomi, investor aman dalam menginvestasikan

modalnya karena tidak ada gangguan masyarakatnya yang suka demo, dan lain sebagainya.

Sumber perekonomian berupa rezeki merupakan karunia dari Allah untuk semua makhluk tanpa kecuali. Ketika Nabi Ibrahim berdoa agar mereka yang beriman kepada Allah dan hari akhir diberi rezeki, selanjutnya Allah menyatakan, “dan kepada orang yang kafir pun Aku beri kesenangan sementara, kemudian Aku paksa ia menjalani siksa neraka dan itulah seburuk-buruk tempat kembali”. Pernyataan ini dalam rangka menolak doa Nabi Ibrahim agar rezeki Allah dikhususkan bagi mereka yang beriman. “Doa ekonomi” sebagai jalan memperoleh rezeki dan kesejahteraan hidup. Sebagaimana Nabi Ibrahim saat menempatkan anaknya (Nabi Ismail) dan istri (Siti Hajar), atas perintah Allah, di suatu tempat (Mekkah) yang tidak memiliki sumber penghidupan, sehingga berkat doa yang dikabulkan Allah *subhanahu wa ta’ala*, kota Mekah yang sebelumnya tandus menjadi subur dan ramai dikunjungi orang. Kedatangan orang di Mekah ini dapat menggerakkan perekonomian melalui kebutuhan dasarnya yang berupa butuh makanan-minuman, pakaian, tempat, dan transportasi. Apabila dihitung dapat memberikan kontribusi cukup tinggi pada pertumbuhan ekonomi, belum lagi saat itu musim haji melakukan ibadah qurban hewan. Pelaksanaan qurban ini juga memberikan pertumbuhan ekonomi yang tidak sedikit. Oleh karena itu, ada peluang penelitian tentang “Kontribusi kebutuhan makanan-minuman, pakaian, perumahan (tempat penginapan), transportasi dan hewan qurban pada pertumbuhan ekonomi Mekah-Madinah saat para jamaah melakukan haji-umrah di Mekah”. Kontribusi bisa dilihat dari aktivitas ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.

1.1.5 Ekonomi Zaman Nabi Saleh

Kehidupan pada kaum Nabi Saleh dan Samud cukup sejahtera. Hal ini tercantum pada Q.S. Al-A'raf: 74. Allah berfirman: Dan ingatlah ketika Dia menjadikan kamu khalifah-khalifah setelah kaum 'Ad dan menempatkan kamu di bumi. Di tempat yang datar kamu dirikan istana-istana dan di bukit-bukit kamu pahat menjadi rumah-rumah. Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah dan janganlah kamu membuat kerusakan di bumi.

Demikian juga yang tercantum pada Q.S. Asy-Syu'ara': 146-149, Allah berfirman: Apakah kamu (mengira) akan dibiarkan tinggal di sini (di negeri kamu ini) dengan aman, di dalam kebun-kebun dan mata air, dan tanaman-tanaman dan pohon-pohon kurma yang mayangnya lembut. Dan kamu pahat dengan terampil sebagian gunung-gunung untuk dijadikan rumah-rumah.

Namun, seiring perjalanan waktu, mereka telah mengingkari Allah sehingga ada peringatan dari Allah berupa bentuk kehancuran dalam segalanya (An-Naml: 51-52). Pelajaran yang dapat diambil dari kehancuran tersebut adalah (i) Tidak boleh boros karena sangat dikecam dan dilarang oleh Nabi Saleh dengan ungkapan, "... dan janganlah kamu menaati perintah orang-orang yang melewati batas". Pemborosan adalah membelanjakan harta melebihi batas kewajaran, dengan kata lain menyalahgunakan sumber atau modal ekonomi; (ii) Korupsi juga dilarang oleh Nabi Saleh dengan ungkapan, "... dan janganlah kamu merajalela di muka bumi membuat kerusakan, dan (iii) Sanksi ekonomi, kaum Nabi Saleh yang tidak mensyukuri nikmat Allah itu ditimpa gempa, maka jadilah mereka mayat yang bergelimpangan di tempat tinggal mereka (Q.S. Al-A'raf: 78). Demikian juga firman Allah pada Q.S. An-Naml: 51-52: "Maka perhatikanlah bagaimana akibat dari tipu daya mereka, bahwa Kami membinasakan mereka dan kaum mereka semuanya. Maka itulah rumah-rumah mereka yang runtuh karena

kezaliman mereka. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang mengetahui.

Demikian juga pada keadaan perekonomian kaum ‘Ad saat ini masih berwujud terutama di negara-negara yang dikaruniai Allah nikmat kekayaan alam yang melimpah, tetapi nikmat tersebut digunakan untuk hal-hal yang tidak bermanfaat, dihambur-hamburkan demi kesenangan, membayar sogok, berbisnis barang terlarang, narkoba, dan lain sebagainya. Peluang penelitian pada perekonomian ini adalah terdapat alokasi *input* yang optimal pada topik bahasan manajemen produksi, karena itulah ekonomi syariah tidak mengharapkan terjadi kemubaziran. Mubazir ini dapat dicerminkan pada alokasi *input* yang tidak sesuai, maka perlu dikurangi agar dalam posisi yang optimal. Pengurangan dan penambahan dalam alokasi *input* ini akan dibahas secara mendetail pada teori produksi, baik pada pengambilan data, pengolahan, serta interpretasi data.

1.1.6 Ekonomi Zaman Nabi Syu’aib

Nabi Syua’ib berasal dari keturunan Arab dan dikenal sebagai ‘*khafbul-anbiya*’ karena kefasihan dan kecakapannya dalam berbicara mengajak kepada keimanan. Dia diutus kepada kaum Madyan (Q.S. Al-‘Ankabut: 36) yang juga dikenal dengan *ashbul-aikah* (penduduk Aikah). Menurut sebagian ulama, Madyan dan Aikah adalah dua tempat yang berbeda. Penduduk Madyan dikenal melekat dengan profesi dagang, tetapi dalam perdagangannya melakukan berbagai kecurangan. Mereka membeli gandum dan bahan-bahan pokok lainnya kemudian menimbunnya sampai datang masa harga melonjak dan mereka yang memulai praktik monopoli pertama kali. Setiap pedagang memiliki dua timbangan: timbangan yang pas untuk dipergunakan membeli dan timbangan yang dikurangi untuk dipergunakan menjual. Secara lebih rinci, perilaku ekonomi negatif yang mereka lakukan sebagai berikut:

- a) Mengurangi takaran dan timbangan, aktivitas ekonomi banyak didasari oleh ukuran/neraca kuantitatif yang menentukan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Nabi Syu'aib berusaha meluruskannya dengan berkali-kali menyeru mereka agar adil dalam menimbang. Allah berfirman: Dan kepada penduduk Madyan, Kami (utus) Syu'aib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, "Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak ada tuhan (sembahan) bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Sempurnakanlah takaran dan timbangan." (Q.S. Al-A'raf: 85). Dalam Surah Hud ayat 84 disebutkan: Dan kepada (penduduk) Madyan (Kami utus) saudara mereka, Syu'aib. Dia berkata, "Wahai kaumku! Sembahlah Allah, tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan". Pada tafsir Ar-Razi berkata, "Kebiasaan para Nabi setiap melihat kaumnya melakukan satu bentuk penyimpangan melebihi lainnya, mereka melarang itu. Kaum Nabi Syu'aib sangat terkenal dengan kecurangan dalam timbangan, maka itulah yang ditekankan dalam dakwahnya". Praktek semacam ini menimbulkan rasa tidak nyaman dan ketidakpercayaan antara pembeli dan penjual dalam transaksi yang pada akhirnya akan menghambat laju ekonomi. Sebaliknya, dengan adanya kepercayaan, dunia usaha akan bergerak cepat karena pembeli dan penjual tidak merasa khawatir ditipu atau dicurangi (Ibnu 'Asyur).
- b) Mencurangi orang lain; ungkapan Al-Qur'an disebut *al-bakhs* yang terambil dari perkataan Nabi Syu'aib ketika melarang mereka, "*Wala tabkhasun-nasa asyya'ahum*" (dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka) (Q.S. Hud: 85). Kata *al-bakhs* dalam bahasa Arab berarti mengurangi, dalam hal ini seperti dikatakan Ibnu 'Arabi dalam tafsirnya, "Mengurangi sesuatu dari yang seharusnya, seperti menipu, mengelabui, atau mengatakan barang itu jelek padahal bagus dengan maksud dapat membelinya

dengan murah”. Dalam pengertian modern, kata *al-bakhs* bukan lagi hanya sekadar bermakna curang dan tipuan dalam timbangan, tetapi dapat bermakna memperlakukan sesuatu atau seseorang secara tidak proporsional, yaitu dengan melecehkan kemampuan dan kecakapan seseorang.

- c) Melakukan pungutan liar; ungkapan larangan yang disampaikan Nabi Syu’aib: Dan janganlah kamu duduk di setiap jalan dengan menakut-nakuti dan menghalang-halangi orang-orang yang beriman dari jalan Allah dan ingin membelokkannya. Ingatlah ketika kamu dahulunya sedikit, lalu Allah memperbanyak jumlah kamu. Dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S Al-A’raf: 86).

Ada lima bentuk solusi dalam menyikapi perilaku ekonomi menyimpang yang dilakukan oleh mereka yang dihadapi dan diatasi oleh Nabi Syu’aib, yakni (i) Melarang dan mengancam keras kelakuan-kelakuan buruk, mereka diingatkannya dengan keimanan kepada Allah, perintah menyembah Allah, bertakwa, dan mengharap hari akhir. Dengan demikian, aktivitas ekonomi dalam pandangan Islam, bukan hanya bersifat materiil tetapi harus memiliki sentuhan moral dan spiritual yang kuncinya adalah ketakwaan, (ii) Mengingatkan mereka akan nikmat-nikmat Allah (Q.S. Al-A’raf: 86), sebab dengan mengingat itu semua mereka akan sadar bahwa uang/harta yang dikejar melalui berbagai aktivitas ekonomi bukanlah tujuan yang harus dicapai dengan menghalalkan segala cara, tetapi sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah *subhanahu wa ta’ala*; (iii) Ikhlas dalam mengajak mereka kepada kebaikan; Allah berfirman: Dia (Syu’aib) berkata, “Wahai kaumku! Terangkan padaku jika aku mempunyai bukti yang nyata dari Tuhanku dan aku dianugerahi-Nya rezeki yang baik (pantaskah aku menyalahi perintah-Nya)? Aku tidak bermaksud menyalahi kamu

terhadap apa yang aku larang darinya. Aku hanya bermaksud (mendatangkan) perbaikan selama aku masih sanggup. Dan petunjuk yang aku ikuti hanya dari Allah. Kepada-Nya aku bertawakal dan kepada-Nya (pula) aku kembali.” (Q.S. Hud: 88), (iv) Mengingatkan mereka akan azab Allah yang akan menimpa mereka akibat dosa-dosa ekonomi. Allah berfirman ketika menggambarkan ungkapan Nabi Syu’aib: Dan wahai kaumku! Janganlah pertentangan antara aku (dengan kamu) menyebabkan kamu berbuat dosa, sehingga kamu ditimpa siksaan seperti yang menimpa kaum Nuh, kaum Hud atau kaum Saleh, sedang kaum Lut tidak jauh dari kamu (Q.S. Hud: 89), dan (v) Mengajak istigfar dan bertobat, sebab keduanya merupakan jalan kembali menuju Allah yang akan mendatangkan keberkahan dan pertolongan-Nya. Dalam kisah Nabi Hud dan Nabi Ibrahim yang lalu telah dijelaskan keterkaitan antara istigfar dan pertobatan dengan pertumbuhan ekonomi dan keberkahan rezeki. Demikian pula dalam kisah Nabi Nuh seperti terekam dalam Surah Nuh ayat 10-12. Peluang riset yang dapat dimunculkan adalah penelitian pemasaran, distribusi barang, kejujuran, pelayanan, dan keterbukaan. Aspek yang diungkap pada riset pemasaran hilirisasi.

1.1.7 Ekonomi Zaman Nabi Yusuf

Kisah Nabi Yusuf adalah satu-satunya kisah yang pemaparannya disampaikan dalam satu surah utuh, tidak seperti kisah lainnya yang tersebar di banyak surah. Kisah tersebut banyak memuat pesan-pesan bagi para pelaku ekonomi tentang sifat-sifat yang harus dimiliki.

Nabi Yusuf mendapatkan kedudukan yang terhormat karena (i) Mendapat kasih sayang dan perhatian penuh dari sang ayah, melebihi saudara-saudaranya yang lain (Q.S. Yusuf: 7-8). Kasih sayang penuh juga diberikan oleh pembesar Mesir (Al-‘Aziz) yang membelinya dari pedagang dan menjadikannya anak angkat (Q.S. Yusuf: 21). Seseorang yang melakukan aktivitas ekonomi hendaknya memiliki relasi dan

hubungan yang baik dengan orang lain dan tidak menggunakan cara-cara kasar, (ii) Nabi Ya'qub, sang ayah, telah mendapat petunjuk dari Allah melalui mimpi sang anak, bahwa suatu saat ia akan mendapat kedudukan terhormat (Q.S. Yusuf: 4-6); (iii) Memiliki keikhlasan dan ketulusan serta menjauhkan diri dari segala bentuk kemaksiatan. Hal itu terbukti ketika Yusuf menolak rayuan dan ajakan istri pembesar Mesir (Imra'atul-'Aziz) untuk mengkhianati sang suami (Q.S. Yusuf : 24); (iv) Memiliki kecakapan intelektualitas dan kejujuran. Dua hal inilah yang mengantarkannya dipercaya menjadi bendaharawan negara yang mengurus logistik (Q.S. Yusuf: 55). Dalam ayat ke-4, Nabi Yusuf juga dijuluki dengan *As-Siddiq* (orang yang jujur); dan (v) Memiliki ketampanan dan kewibawaan (Q.S. Yusuf: 31). Perilaku baik dan selalu memelihara kehormatan/harga diri akan menumbuhkan kewibawaan dan penghargaan dari orang.

Keberhasilan Nabi Yusuf dalam mengatasi krisis pangan yang melanda negeri Mesir dan sekelilingnya pada saat itu, selain karena strategi dan perencanaan yang jitu, juga karena keimanannya yang kuat kepada Allah. Dua hal ini: ketersediaan pangan dan keimanan sangat erat kaitannya. Dalam Surah Quraaisy ayat 3-4 dijelaskan bahwa ketersediaan pangan, rasa aman dan kelangsungannya terkait erat dengan ibadah kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*. Dengan pancaran cahaya iman dan karunia Allah berupa takwil mimpi Nabi Yusuf mampu melakukan diagnosis atas krisis ekonomi yang melanda dan membuat perencanaan. Dalam menghadapi krisis, seperti terungkap dalam takwil mimpi sang raja, Nabi Yusuf membagi dua periode penanganan dengan lama masing-masing tujuh tahun.

Periode pertama. Masa subur, yang disimbolkan dengan tujuh ekor sapi gemuk. Pada periode ini Nabi Yusuf mengajukan konsep, antara lain:

- a) Agar semua penduduk bekerja keras menanam di semua lahan yang tersedia untuk menjamin stabilitas dan peningkatan produksi.
- b) Menyiapkan persediaan/stok bahan pangan dengan menyimpan kelebihan barang setelah dikonsumsi untuk persiapan di masa mendatang. Nabi Yusuf menganjurkan agar ada keseimbangan antara produksi dan konsumsi, serta melakukan penghematan. (Q.S. Yusuf: 47)

Periode kedua: Saat terjadi krisis dan kesulitan ekonomi akibat musim paceklik yang disimbolkan dengan tujuh ekor sapi kurus. Nabi Yusuf tidak hanya berteori, tetapi dengan bekal ilmu pengetahuan dan kejujuran, ia memberanikan diri meminta dinobatkan sebagai orang yang menangani perbendaharaan dan logistik negara (Q.S. Yusuf: 55). Dari situ ia kemudian menjadi orang yang mempunyai peranan penting dan mendapat kedudukan yang terhormat di mata rakyat. Peluang riset yang bercermin pada Nabi Yusuf adalah optimalisasi distribusi pangan, pangan sebagai *buffer stock* saat menghadapi musim panen raya (subur) dan *droping* pangan saat musim paceklik. Ini diaplikasikan pada kebijakan harga *floor price* (harga dasar) yang diberlakukan saat musim panen raya dan kebijakan harga berupa *ceeling price* (harga atap) yang diberlakukan saat musim paceklik. (Lihat Masyhuri pada Ekonomi Mikro).

1.1.8 Ekonomi Zaman Nabi Musa

Dari kisah Nabi Musa AS dapat ditarik beberapa petunjuk bagi para pelaku ekonomi.

- a) Dalam menangani krisis air yang mengakibatkan paceklik, Nabi Musa berdoa kepada Allah agar diturunkan hujan. Allah berfirman: Dan (ingatlah) ketika Musa memohon air untuk kaumnya, lalu Allah berfirman: “Pukullah batu itu dengan tongkatmu!”, maka

memancarlah daripadanya dua belas mata air. Setiap suku telah mengetahui tempat minumnya (masing-masing). Makan dan minumlah dari rezeki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu melakukan kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan. (Q.S. Al-Baqarah: 60). Ayat ini menjadi pelajaran bagi mereka yang merasa pesimis bahwa dunia akan mengalami krisis air. Di banyak tempat dalam Al-Qur'an, Allah telah menciptakan kehidupan ini sedemikian rupa dan akan menjamin kelangsungannya, di antaranya kebutuhan akan air. Allah adalah produsen air terbesar, maka tidak perlu pesimis, yang harus dilakukan adalah menggunakannya sebaik mungkin dan memohon kepada-Nya di saat kekeringan melalui salat *istisqa'* misalnya.

- b) Manusia cenderung suka variasi dalam mengkonsumsi; pelajaran ini diambil dari kisah Nabi Musa ketika kaumnya, Bani Israil, mengeluh kepadanya karena tidak mampu menahan diri hanya dengan satu jenis makanan, yaitu *manna* dan *salwa*, padahal itu jenis makanan yang paling istimewa. Mereka meminta lebih dari itu. Allah berfirman: Dan (ingatlah), ketika kamu berkata, “Wahai Musa! Kami tidak tahan hanya (makan) dengan satu macam makanan saja, maka mohonkanlah kepada Tuhanmu untuk kami, agar Dia memberi kami apa yang ditumbuhkan bumi, seperti: sayur-mayur, mentimun, bawang putih, kacang adas dan bawang merah.” Dia (Musa) menjawab, “Apakah kamu meminta sesuatu yang buruk sebagai ganti dari sesuatu yang baik? Pergilah ke suatu kota, pasti kamu akan memperoleh apa yang kamu minta.” Kemudian mereka ditimpa kenistaan dan kemiskinan, dan mereka (kembali) mendapat kemurkaan dari Allah. Hal itu (terjadi) karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para Nabi tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas (Q.S. Al-Baqarah: 61).

Dari ayat ini tampak jelas manusia mempunyai kecenderungan bervariasi dalam soal makanan dan merasa bosan hanya dengan satu jenis makanan. Meskipun Allah telah menyatakan *manna* dan *salwa* sebagai makanan yang terbaik untuk mereka, tetapi Dia mengabulkan doa yang dipanjatkan Musa agar mereka diberi variasi makanan, yaitu melalui perintahnya, “Pergilah kamu ke suatu kota, pasti kamu memperoleh apa yang kamu minta”. Dari ayat tersebut kita juga dapat menyimpulkan bahwa asas manfaat sebuah produk barang bervariasi antara satu dengan lainnya, dan atas dasar itulah nilai ekonominya ditentukan.

- c) Prinsip rekrutmen pegawai dan penentuan upah, hal ini tecermin saat salah seorang perempuan anak tokoh masyarakat Madyan mencalonkan Musa sebagai pegawai yang akan membantu ayahnya. Pengajuan itu bukan hanya sekadar balas budi karena Nabi Musa telah menolong anak perempuan tokoh tersebut mengambilkan air di sumur, tetapi karena Nabi Musa memenuhi kriteria yang tepat untuk melakukan pekerjaan itu. Kriteria itu adalah kekuatan (*al-quwwah*) dan kejujuran (*al-amanah*), atau dalam ungkapan Al-Qur’an Al-qawiyul-amin (Q.S. Al-Qasas: 26). Pakar tafsir, az-Zamakhshari memahami kekuatan yang dicakup dalam ungkapan *al-qawiy* tidak hanya dengan kekuatan fisik, tetapi dengan *al-kifayah* (kecakapan). Termasuk dalam *al-kifayah*, profesionalisme dalam bekerja. Dalam ilmu administrasi/manajemen modern dua kriteria ini masih dipertahankan dalam rekrutmen pegawai. Berdasarkan ayat tersebut, rekrutmen hendaknya didasari oleh profesionalitas dan moralitas, bukan dengan kolusi atau nepotisme. Dalam kisah Nabi Musa ini juga terdapat pelajaran agar kontrak kerja memberi kepastian tentang upah dan masa kerja. Dalam hal ini kontrak Nabi Musa berlangsung selama delapan tahun, dan upah kerjanya dijadikan mahar/maskawin (Al-Qasas: 27).

d) Standar pengambilan keputusan ekonomi, hal ini dapat disimpulkan dari kisah Qarun yang berasal dari umat Nabi Musa (Q.S. Al-Qasas: 76-82). Perilaku ekonomi model Qarun ini dikecam oleh Al-Qur'an dan berakibat buruk bagi pelakunya karena berlaku semena-mena terhadap orang lain dan bersikap sombong dengan mengatakan kekayaan yang diperolehnya berasal dari usahanya sendiri. Dalam konteks kisah tersebut ditemukan empat standar pengambilan keputusan untuk menentukan langkah-langkah usaha, yaitu pada ayat 77. Allah berfirman: "Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan. (Q.S. Al-Qasas: 77).

Empat standar di atas dapat dipakai sebagai dasar dalam riset tentang pengambil keputusan. Empat standar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- i) Ungkapan keseimbangan (*balance*) dunia-akhirat; "...carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat...", hal ini mengajarkan bahwa setiap langkah usaha harus dimulai dengan melihat apakah bentuk usaha tersebut diridhai Allah yang pengertian halal menurut agama atau tidak dan harus berorientasi ke depan (akhirat). Perbedaan dengan konsep kapitalis-materialis yang "hanya" berorientasi duniawi, sedikit yang berorientasi pada akhirat. Dikatakan sedikit disini karena bisa juga kepedulian ekonomi pada masyarakat dalam bentuk CSR (*corporate social responsibility*) diartikan orientasi pada akhirat. Namun, di Al-Qur'an jelas dan tegas dunia - akhirat harus imbang dalam aktivitas ekonomi.

- ii) Ungkapan kepuasan duniawi-ukhrawi (utilitas=daya guna) “..... dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi”, mengesankan bahwa perilaku ekonomi harus mendatangkan manfaat bagi pelakunya dan tepat sasaran.
- iii) Dari penggalan ayat “..... dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”, para pelaku bisnis diperintahkan untuk menjalin hubungan baik dengan para relasi dan tidak mencurangi mereka. Kepada mereka yang berkekurangan dan membutuhkan, mereka juga dituntut untuk membantu dalam bentuk sedekah atau lainnya. Dengan kata lain, memiliki kepedulian, solidaritas, dan kesetiakawanan terhadap mereka yang tidak mampu, sebab kekayaan hasil usaha yang mereka peroleh tidak lepas dari peran mereka yang lebih rendah kedudukannya. Allah berfirman: Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan. (Q.S. Az-Zukhruf: 32). Sikap seperti ini akan sangat membantu dalam usaha mengentaskan kemiskinan.
- iv) Firman Allah: “.....dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”, mengajarkan aktivitas ekonomi hendaknya tidak menimbulkan kerusakan. Kerusakan tersebut bisa dalam dua bentuk; pertama: yang bersifat materil berupa kerusakan/pencemaran lingkungan, dan kedua: yang bersifat immateril berupa iklim/suasana yang membuka peluang berbagai praktik korupsi, kolusi, kecurangan, penipuan, dan lain sebagainya.

Bila diterapkan dan ditegakkan dengan baik, empat standar ini akan mampu memecahkan berbagai persoalan ekonomi modern, terutama praktik-praktik ekonomi yang kotor dan tidak bermoral, kesenjangan ekonomi, dan pencemaran lingkungan. *Wallahu a'lam bis-sawwab*. Pada kesempatan yang lain, dilengkapi aktivitas ekonomi Nabi-Nabi dan Rasul yang lainnya dan lebih khusus lagi aktivitas kehidupan Rasulullah SAW sebagai cerminan akhir dalam kehidupan secara menyeluruh (holistik, *guideline*. Analisis holistik adalah melalui pertanyaan 5w+1h, *what, who, when, where, why* dan *how*). Hal ini dimaksudkan di samping keterbatasan waktu, juga memberikan kesempatan bagi para pembaca untuk mengembang sendiri buku sederhana ini untuk meneliti, menulis, dan mengamalkannya yang lebih baik dari buku ini. Penulis sendiri dengan izin Allah SWT akan melengkapinya lebih jauh aktivitas-aktivitas ekonomi para Nabi-nabi, khusus 25 Nabi. Insya Allah.

1.2 Ekonomi Rasulullah SAW: Pembangunan Ekonomi Kota Madinah

Motivasi hijrah Rasulullah SAW adalah mendirikan masyarakat baru, menggalang kekuatan dan kemampuan untuk menjaga dan menegakkan kedamaian dan keadilan dalam segala bidang. Rasulullah SAW sudah memiliki perencanaan yang matang, dimulai dengan membangun sebuah masjid, tidak hanya difungsikan sebagai tempat beribadah saja, tetapi juga memiliki multi fungsi, diantaranya sebagai tempat jual beli. Keberadaan pasar di dekat masjid ini untuk menyaingi pasar-pasar yang terlanjur didominasi oleh pasar kapitalis Yahudi.

Perkembangan pasar yang cukup pesat, maka aktivitas ekonomi dipindah ke pasar yang diberi nama "*Suqul Anshari*" atau pasar "*Anshar*". Sahabat Rasulullah yang kaya raya bernama Abdurrahman bin Auf, memotori pembangunannya yang berlokasi tidak jauh dari pasar Yahudi agar aktivitas

ekonomi orang Islam saat itu berkumpul pada “*suqul anshar*”, tidak ke yang lainnya.

Pimpinan Kota Madinah adalah Rasulullah SAW, beliau telah menerapkan pola bisnis dengan persaingan yang sehat, tanpa menggunakan wewenang dan kekuasaannya untuk menutup pasar yahudi – memang pasar Yahudi akhirnya tutup, sepenuhnya mekanisme dan penilaiannya diserahkan kepada masyarakat. Peluang penelitian pada fenomena ini adalah perkembangan pasar modern dan keberadaan pasar tradisional yang masih tetap bertahan dan ada yang gulung tikar disebabkan karena apa? - Cukup menarik untuk diteliti pada aspek pelayanannya (*service*) yang dihipotesiskan cukup menonjol pada praktek pasar modern disamping faktor-faktor lainnya seperti harga, kualitas barang, tempat atau lokasi usaha, dan sebagainya.

Penekanan dalam membangun peradaban “apa saja” termasuk ekonomi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW adalah semangat persaudaraan sesama Islam (*Ukhuwwah Islamiyah*) dan saling menghormati sesama individu, golongan *muhajirin*, dan golongan *Anshor*, khususnya dan manusia luas pada umumnya. Dengan model kebersamaan, kekeluargaan, dan persaudaraan merupakan salah satu syarat dalam kehidupan manusia yang akan memberikan dampak pada peradaban bangsa bernegara, berpolitik, sosial budaya, ekonomi dan sebagainya menyangkut berbagai aspek kehidupan.

Pemikiran Rasulullah SAW adalah berorientasi substantif berupa “keseimbangan sosial ekonomi (*the social economic of equilibrium*)” untuk “kepentingan bersama dan masyarakatlah yang diutamakan” guna mencapai kesejahteraan dan kemakmuran bersama telah tercapai. Prinsip kemakmuran ekonomi ini dipandang oleh Rasulullah SAW untuk saling tolong-menolong antar sesama manusia utamanya saat itu kekayaan tanah, harta benda yang ditinggalkan oleh ahli waris dari kaum *Ansar* digarap bersama-sama dengan kaum *Muhajirin*.

Pandangan Islam “keseimbangan sosial ekonomi”, karena memang dalam pandangan Rasulullah SAW, manusia sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Itulah yang harus diutamakan, bukan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi itu sendiri. Pandangan ini sudah tentu harus berasal dari nilai-nilai Al-Qur’an yang menghormati sesama manusia dan menekan masalah *ukhuwah* persaudaraan (Q.S. Al-Hujarat: 10), *ta’awun* atau tolong-menolong atau kebersamaan. (Q.S. Al-Ma’idah: 3)

Di kota Madinah saat itu sistem yang berlaku dapat dikatakan sebagai *al-muzaraah*, *al-ijarah* yang diterapkan diatas prinsip *at-taawun* sebelum Islam hadir di Madinah masih berkaku sistem *muzabanah*, *muhalaqah* dan *mukharabah*. Ketika Rasulullah SAW datang di Madinah sistem tersebut dilarang karena mengandung *gharar* (spekulasi). *Muzabanah*, yakni membeli buah kurma basah dengan buah kurma kering yang masih diatas pohon. *Muhaqalah* adalah menyewakan kebun dengan pembayaran makanan (bahan makanan) dalam takaran yang ditentukan. *Mukhabarah* adalah penyewaan kebun atau ladang dengan pembayaran $\frac{1}{3}$ atau $\frac{1}{4}$ hasil panennya. *Mu’awanah* adalah penyewaan kebun buah selama beberapa tahun untuk dipungut buahnya.

Kota Madinah merupakan penghasil tanaman gandum, sayur-sayuran, dan juga *barli*. Disamping itu, kota ini penghasil terbesar buah kurma terutama menjelang musim panas sehingga menjadi kota penting yang mempunyai peranan perekonomian di kawasan sekitarnya. Situasi Madinah dapat dilihat dari gambaran yang diinformasikan Al-Qur’an yang sebagai kawasan yang dilebihkan oleh Allah SWT: “Kami melebihkan sebagian itu atas sebagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir” (Q.S. Ar-Ra’d: 4).

Rasulullah SAW sebagai “presiden” saat itu kebijakan bidang ekonomi tidak serta merta membebaskan pajak perdangan (*usy-ru*) dan pajak untuk non muslim (*jizyatu*) bagi non-muslim pada saat pondasi masyarakat belum begitu kokoh, ini semata-mata menjaga toleransi. Namun, ketika masyarakat Madinah memiliki fondasi yang kuat dan menampakkan embrio kekuatan, baik

di bidang politik maupun ekonomi, barulah Rasulullah SAW merancang sistem pemerintahan yang ditandai dengan disepakatinya Piagam Madinah.

Kemudian, *khharaju* (upeti) menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang terpenting, dan diimbangi dengan aktivitas ekonomi di Kota Madinah yang cukup pesat, sehingga kota ini menjadi pusat perdagangan dari beberapa negara, seperti: Yaman. Demokrasi ekonomi yang dibangun Rasulullah SAW menggunakan keseimbangan antara kesejahteraan, ketentraman dan kedamaian bersama dengan memakai prinsip *equal treatment* (perlakuan sama) artinya yang miskin perlu memperoleh bantuan yang berbeda (*partial treatment*).

1.3 Sejarah Ilmu Ekonomi

Dalam buku Dekonstruksi Ekonomi (Masyhuri, 2015) menyebutkan bahwa saat era tahun 1980-an mencatat pertemuan dua arus perkembangan besar yang bersinergi dan memacu proses globalisasi, yakni masa ini teknologi informasi dan komunikasi mulai memberikan dampak nyata bagi kehidupan ekonomi, terutama rasa gelombang liberalisasi perdagangan dan keuangan beserta implikasinya.

Awal tahun 1980-an ini peristiwa persaingan cukup terasa pada perekonomian pada pandangan ideologi kapitalisme (Adam Smith) dan sosialis (Keynes perintah perlu dalam intervensi ekonomi melalui kebijakannya). Perdebatan dua ideologi ini tidak ada titik temu hingga 100 tahun. Namun, dalam prakteknya ideologi ini terus mengalami penyesuaian-penyesuaian secara alami (natural) dan bahkan kemudian muncul titik-titik persaingan antara keduanya. Berikutnya, perbedaan dari perekonomian yang dapat dipakai sebagai bahan riset tentang komparasi sejarah perekonomian dari ekonomi klasik, modern hingga ekonomi Islam:

1.3.1 Ekonomi Klasik

Ekonomi klasik (disebut juga ekonomi liberal, ekonomi kapitalis dan ekonomi modern). Pencetus ekonomi klasik adalah Adam Smith, David Ricardo, Thomas Malthus, Jean-Baptiste Say, dan John Stuart Mill. Buku Adam Smith pada tahun 1776 terkenal dengan *The Wealth of Nations*. Ekonomi klasik terkenal pada pertengahan abad ke-19, dan secara umum dikatakan juga ekonomi modern. Kata “ekonomi klasik” dilontarkan oleh Karl Marx sebagai pengikut David Ricardo dan James Mill serta pendahulunya.

Ekonomi klasik menyatakan bahwa pasar bebas akan mengatur dirinya sendiri jika tidak ada campur tangan dari pihak apapun (*no intervention of government*). Oleh sebab itu ekonomi klasik liberal-bebas berfikir untuk individu tanpa campur tangan pihak manapun. Penekanannya pada harga fleksibel, baik dari segi upah ataupun barang. Jean-Baptiste Say yang terkenal dengan hukum Hukum Say (*The Law of Say*), menekankan bahwa penawaran (*supply*) menciptakan permintaan (*demand*) sendiri, artinya produksi agregat akan menghasilkan pendapatan yang cukup untuk membiayai semua pengeluaran yang dihasilkan. Demikian juga kondisi keseimbangan (*equilibrium*) pada ekonomi makro tabungan dan investasi ($\text{saving}=\text{invest}$; $S=I$), dengan asumsi bahwa suku bunga fleksibel dalam menjaga (*protection*) posisi *equilibrium*. Bedanya dengan faham Keynes, menyatakan; “Harus ada penghematan, pengeluaran uang, atau pemakaian instrumen pembiayaan lainnya untuk membiayai pengeluaran dan menutupi biaya produksi”. Konstruksi selebihnya dalam ekonomi klasik sebagai berikut:

- a) Filosofi ekonomi klasik adalah bebas kepentingan pribadi lebih menonjol.
- b) Pasar barang; barang akan tidak mungkin kekurangan produksi atau kelebihan (*excess demand*) kekurangan atau kelebihan penawaran (*excess supply*)

supply), mekanisme pasar dan keseimbangan (*equilibrium*) terjadi secara alami.

- c) Pasar tenaga kerja; permintaan tenaga kerja selalu seimbang dengan penawaran tenaga kerja. Upah fleksibel dan pengangguran tidak ada (*full employment*), kalau ada dikatakan sebagai pengangguran sukarela, dalam arti mereka tidak mau bekerja pada tingkat upah yang berlaku.
- d) Pasar uang; yang terkenal dengan teori kuantitas yakni masyarakat memerlukan uang tunai untuk keperluan transaksi tukar menukar (misal: jual beli barang dan jasa), bukan untuk tujuan lain.
- e) Pasar luar negeri; kaum klasik juga menganut pandangan bahwa dunia secara otomatis mengoreksi ketidakseimbangan. Implikasi dari pandangan ini adalah bahwa suatu perekonomian nasional tidak perlu merepotkan diri untuk menyeimbangkan neraca perdagangan mereka dengan kebijakan-kebijakan khusus, asal saja pemerintah mau memakai salah satu dari sistem pembayaran luar negeri dengan (i) sistem standar emas, (ii) standar kertas dan kurs devisa yang fleksibel.

Ideologi klasik (kapitalisme) yang berorientasi pada pasar menghadapi gejolak (bukan penyakit) ekonomi, seperti depresi, inflasi, monopoli, pengangguran (*unemployment*), kemiskinan, perang dunia, *stagflasi*, dan sebagainya. Hal ini itulah kapitalis merasa ada tekanan-tekanan sehingga melakukan penyesuaian-penyesuaian yang mendasar, bahkan dapat dikatakan mengalami mutasi, dari bentuknya di abad ke-19 tersebut.

1.3.2 Ekonomi Sosialis

Munculnya gejolak ekonomi sebagaimana yang dihadapi kaum klasik, maka tahun 1930-an, John Maynard Keynes mempunyai pandangan bahwa pemerintah perlu ikut campur dalam aktivitas ekonomi melalui kebijakan-kebijakannya (*the policy*), perekonomian

tidak begitu saja diserahkan pada mekanisme pasar. Tujuannya kemiskinan, sengsaranya masyarakat dan pengangguran dapat diatasi melalui sistem jaminan sosial (*social security system*) bagi warga masyarakat.

Perkembangan selanjutnya pada tahun 1950-an yang melakukan konsep *welfare state*, banyak negara melakukannya sebagai jaminan sosial bagi warganya. Buku Keynes terkenal dengan: "*The General Theory of Employment, Interest and Money*". Ciri pada kaum sosialis sebagai berikut:

- a) Filosofinya adalah menonjolkan keterlibatan peranan pemerintah yang bertolak belakang dengan kaum kapitalis.
- b) Pasar tenaga kerja, jauh dari seimbang, karena upah tidak pernah fleksibel sehingga muncul pengangguran (*un-employment*).
- c) Pasar barang, menurut Keynesian permintaan barang tidak selalu sama dengan penawaran karena tidak semua *income* dibelanjakan tetapi sebagian dari pendapatan tersebut akan disimpan dalam bentuk tabungan (*saving*).
- d) Pasar uang, sosialis (Keynes) mengatakan bahwa tidak setuju permintaan uang (*demand for money*) ditentukan oleh kebutuhan transaksi dimana transaksi ini dipengaruhi oleh volume barang, harga barang dan kecepatan perputaran uang. Ia mengatakan ada 3, yaitu (i) Kebutuhan transaksi (*transaction motive*), (ii) Kebutuhan untuk berjaga-jaga (*precautionary motive*) dan (iii) Kebutuhan untuk berspekulasi (*speculation motive*) atau investasi.

Pada tahun 1980-an merupakan era yang penting karena banyak negara mengadopsinya. Cina mulai reformasi besar-besaran di bidang ekonomi pada tahun 1984 dengan membuka diri dan mengintrodusir sistem ekonomi pasar secara bertahap. Proses ini berlanjut sampai sekarang dan hasil awalnya adalah Cina dengan pertumbuhan ekonomi

yang luar biasa dan perbaikan tingkat hidup yang belum pernah dialami sebelumnya. Uni Soviet Mikhail Gorbachev mewarisi ekonomi yang nyaris bangkrut sehingga mulai membuka investasi asing dan melakukan sejumlah perubahan lain.

1.3.3 Ekonomi Global

Globalisasi merupakan fenomena yang tidak bisa dihindari termasuk globalisasi ekonomi. Negara-negara yang siap, akan menghadapinya dengan biasa tetapi bagi negara yang belum siap akan merasa ada perubahan yang cukup terasa. Indikator kesiapan adalah sumberdaya manusia mempunyai kecerdasan pikir, dzikir (cerdas emosional) dan kompeten dalam profesinya yang diindikasikan dari berprofesi secara profesional. Sikap perjalanan waktu ini secara alami (natural), maka pikiran cerdas tidak akan mengalami keresahan, bersikap biasa dijalankan sesuai dengan penuh keseriusan tanpa beban, menikmati “apa” harus dikerjakan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

1.4 Resume

Setelah mempelajari perilaku ekonomi zaman Nabi dan Rasul serta ekonomi konvensional, maka peluang riset yang dapat dilakukan cukup banyak pilihan. Hasil-hasil riset akan dapat dipakai sebagai kontribusi “potret” perkembangan perekonomian yang mempunyai dinamisasi perubahan yang signifikan.

Atas dasar itulah pembaca sebagai generasi yang akan datang dapat melakukan tindakan-tindakan riil dalam menjalankan aktivitas ekonomi (bisnisnya) dengan prinsip ekonomi yang berimbang antara kesejahteraan, ketentraman dan kedamaian bersama.

1.5 Peluang Riset

Riset ekonomi dapat dilakukan dengan “payung riset” berupa sejarah ekonomi dulu hingga ke-KINI-an pokok bahasannya atau “titik ungitnya” pada aktivitas produksi hingga pemasaran.

BAB II

TEORI KONSUMSI

Pokok Bahasan	Teori konsumsi kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori konsumsi yang mana teori ini dapat menghasilkan permintaan kurva permintaan (<i>demand</i> , 'D') dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami asal usul kurva permintaan (<i>demand curve</i>) <i>demand</i> yang dapat diaplikasikan pada riset berupa permintaan produk (barang atau jasa).
Peluang Riset	<ul style="list-style-type: none"> • Mekanisme integrasi dapat dimunculkan pada konstruksi variabel yang akan diteliti berupa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. • Hubungan elastisitas permintaan, total penerimaan, dan penerimaan marginal. Peluang riset terdapat pada simulasi kebijakan harga (<i>the price policy</i>) oleh produsen guna meningkatkan volume penjualan dan menghindari kemubaziran stok barang di penyimpanan.

2.1 Konsumsi (*Counsumption*) Pandangan Ekonomi Konvensional

2.1.1 Keinginan dan Keterbatasan Konsumen

Konsumen adalah pihak yang mengambil keputusan dalam mengkonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kepuasan atau kebutuhan. Melalui pendekatan kardinal, kepuasan dapat diukur dengan angka-angka *numerik* – satuannya adalah utilitas (daya guna), misalnya seorang konsumen mengkonsumsi roti tingkat kepuasannya sebesar 100 util, apabila menghabiskan 2 roti, maka akan menghasilkan total utilitas (TU) 200 util, tetapi tambahan kepuasan (marginal utilitas, MU) semakin menurun – ini sesuai dengan hukum Gossen I dan II, menyatakan bahwa total utilitas berbanding terbalik dengan marginal utilitas.

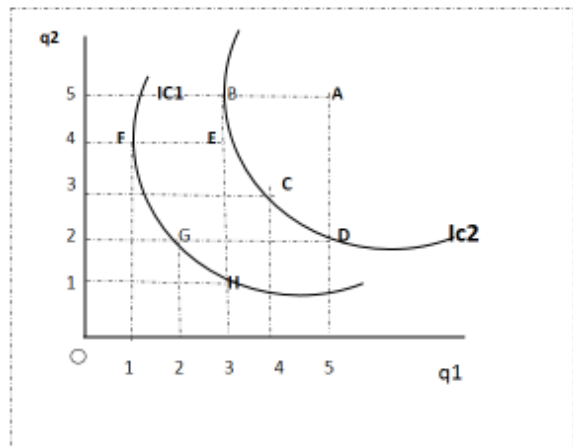
Sedangkan pada pendekatan ordinal adalah teori yang mempelajari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang tingkat kepuasannya dapat dilihat rangking dan rangking ini akan membentuk kurva indifferen (*indifferent curve*), yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi konsumsi suatu barang yang berbeda untuk mendapatkan kepuasan yang sama. Ciri-ciri kurva indifferen sebagai berikut:

1. Ditarik dari kiri atas ke bawah kanan
2. Semakin jauh dari titik nol semakin besar tingkat kepuasan konsumen
3. Kurva indifferen tidak pernah berpotong
4. Kurva indifferen mempunyai *slop*/kemiringan yang negatif, yang mencerminkan adanya daya substitusi antar dua barang ($MRTS_{12}$).

Data Angka hipotesisi dan terbentuknya kurve indifferen

kel.	q1	q2	Rank
A	5	5	1
B	3	5	2
C	4	3	2
D	5	2	2
E	3	4	3
F	1	4	4
G	2	2	4
H	3	1	4

Gambar 2.1A: kurve indifferen
Keterangan: menentukan Rank berdasarkan gambar, jika rank sama berarti satu garis atau satu kurve. Rank 1 dan 3 tidak menjadi kurve indifferen



Kedua pendekatan ordinal dan kardinal dipadukan menjadi satu untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang. Kurva indifferen adalah menggambarkan kombinasi konsumsi pada berbagai barang (q_1 dan q_2) dengan tingkat kepuasan yang sama. Gambar 2.1A. Utilitas pada kurva indifferen ke-1 (IC_1) lebih kecil

dibandingkan utilitas dari kurva indifferen ke-2 (IC_2). IC_1 juga menunjukkan tingkat kepuasan atau utiliti ke-1 (U_1) demikian juga pada IC_2 menunjukkan U_2 dan seterusnya.

Pada IC_2 misalkan, menunjukkan bahwa kombinasi mengkonsumsi barang q_1 dan q_2 dengan tingkat kepuasan yang sama. Kepuasan konsumen pada titik B, C dan D adalah sama tetapi pada titik B jumlah barang yang dikonsumsi berbeda, yakni $q_1=3$ dan $q_2=5$ sedangkan barang yang dikonsumsi pada titik C; $q_1=4$ $q_2=3$ serta titik D; $q_1=5$ dan $q_2=2$. Konsumen bebas berpindah-pindah dari B ke C atau sebaliknya, tetapi jika pindah konsekuensinya q_1 ditambah dan q_2 harus dikurang. Inilah yang disebut dengan daya substitusi (*marginal rate of substitution*, MRS_{12})

Pada IC_1 Bergeraknya konsumen dari titik F ke G menyebabkan barang q_1 yang dikonsumsi berkurang dari q_2 bertambah atau bisa sebaliknya, kombinasi konsumsi barang q_1 dan q_2 juga akan berubah yakni dengan berkurangnya satu barang yang dikonsumsi, maka akan digantikan (*substitusi*) barang yang lainnya tetapi kepuasan tetap sama pada kurva indefferen ke-1 (IC_1). Dengan demikian selagi konsumen gerakannya tetap sepanjang titik pada kurva indifferen, maka kepuasannya akan tetap, misalkan 100 util.

Meskipun demikian, konsumen yang rasional adalah ia selalu berusaha memilih berbagai kombinasi yang terletak pada IC_2 sebab kombinasi tersebut menghasilkan utilitas paling tinggi. Dalam teori permintaan, ini merupakan kebutuhan absolut konsumen, akan tetapi untuk mencapai tujuan konsumen tersebut, ia dibatasi oleh kemampuannya yaitu pendapatannya (*budget line*).

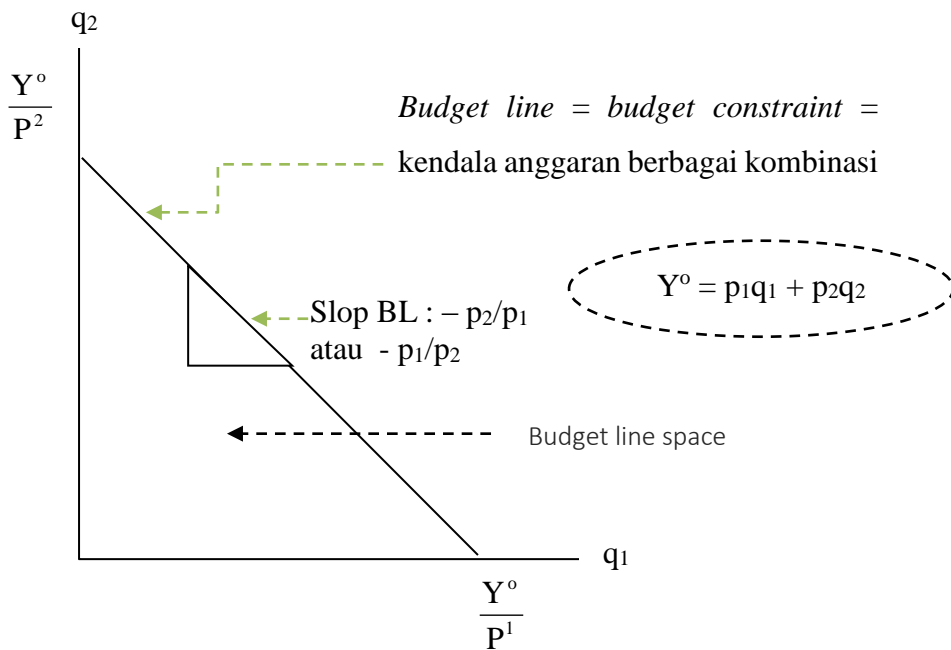
Kalau jumlah pendapatan konsumen adalah Y^0 dan harga komoditi q_1 dan q_2 berturut-turut p_1 dan p_2 per satuan, maka kemampuan (daya beli) konsumen adalah sebanyak:

$$Y_0 \geq p_1q_1 + p_2q_2$$

Sedangkan alternatif paket yang relevan akan dapat dibeli sesuai dengan persamaan:

$$Y^o = p_1q_1 + p_2q_2 \text{ (inilah yang disebut dengan rumus } \textit{budget line} \text{).}$$

Persamaan terakhir ini merupakan *fungsi linier* di dalam ruang komoditi q_1 dan q_2 dimana: Y^o ; p_1 ; p_2 adalah besarnya konstan. Dalam sistem pasar persaingan sempurna, harga yang dihadapi konsumen adalah konstan dan tidak tergantung kepada banyaknya pembelian komoditi. Gambar 2.1B. diperlihatkan fungsi linier tersebut, yang biasa disebut dengan garis anggaran (*budget line*) atau garis pendapatan.



Gambar 2.1B: Garis Anggaran

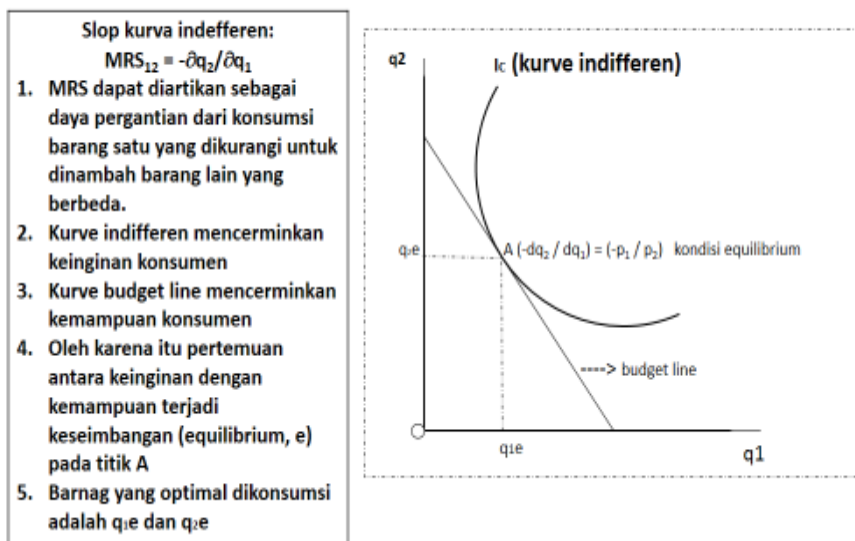
Keterangan:

1. Y^o adalah pendapatan konsumen
2. Anggaran yang dibelanjakan untuk semua q_1 jika q_2 yang dibeli nol ($q_2 = 0$), maka akan diperoleh dengan: $q_1 = Y^o/p_1 - (p_2/p_1)$ sehingga
3. Y^o/p_1 merupakan *intersep* atau titik potong kurva *budget line* dan $-p_2/p_1$ merupakan *slop* atau kemiringan kurva *budget line*.
4. Apabila anggaran yang dibelanjakan untuk semua q_2 jika q_1 yang dibeli nol ($q_1 = 0$), maka akan diperoleh dengan: $q_2 = Y^o/p_2 - (p_1/p_2)$ sehingga
5. Y^o/p_2 merupakan *intersep* atau titik potong kurva *budget line* dan $-p_1/p_2$ merupakan *slop* atau kemiringan kurva *budget line*.

Titik keseimbangan konsumen (*consumer equilibrium*) dapat dicapai, jika *slop* kurva *indefferen* ($-\partial q_1/\partial q_2$) sama dengan *slop budget line* ($-p_1/p_2$) sehingga rumus keseimbangan konsumen dapat diformulasikan sebagai berikut: (Gambar 2.1C).

$$-\frac{\partial q_1}{\partial q_2} = -\frac{p_2}{p_1} \text{ atau } \frac{MU_2}{MU_1} = \frac{p_2}{p_1} \text{ atau } \frac{f_2}{f_1} = \frac{p_2}{p_1} \dots\dots\dots (2.1.)$$

Gambar 2.1C. : Keseimbangan Konsumen terjadi pada saat *Slop* kurva *Indifferen* sama dengan *slop budget line*.



Slop garis anggaran belanja: $= -p_2 / p_1$; jadi syarat konsumen dalam keadaan keseimbangan, yaitu $MRS_{12} = -\partial q_2 / \partial q_1 = -p_1/p_2$ yaitu *slop budget line* (BL) sama dengan *slop indifferen curve* (IC)

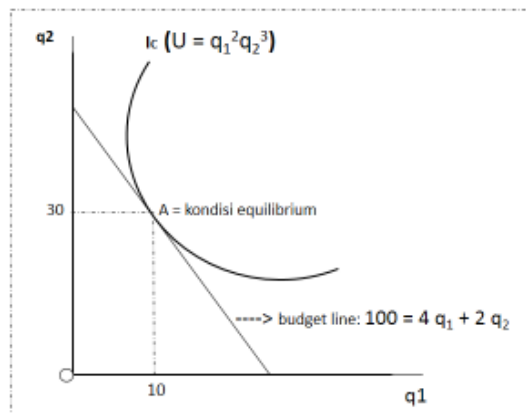
Contoh: Fungsi utilitas konsumen secara spesifik $U = q_1^2 q_2^3$

Diketahui $Y_o = \text{Rp. } 100,-$ $p_1 = \text{Rp. } 4$ dan $p_2 = \text{Rp. } 2,-$

Langkah-langkah penyelesaiannya sebagai berikut:

1. Formulasi kendala anggaran: $100 = 4 q_1 + 2 q_2$ (1)
2. Sesuai pada rumus persamaan (1), Marginal Utilitas (MU_1) dari q_1 adalah $\partial U / \partial q_1 = 2 q_1 q_2^3$
3. Sesuai pada rumus persamaan (1), Marginal Utilitas (MU_2) dari q_2 adalah $\partial U / \partial q_2 = 3 q_1^2 q_2^2$
4. Sesuai pada rumus persamaan (2.1); MU_1 / MU_2 diperoleh:
 $[(2 q_1 q_2^3) / (3 q_1^2 q_2^2)] = 4/2$ dalam perkalian silang diperoleh:
 $q_2 = 3 q_1$ (2)
5. Substitusikan persamaan (2) pada persamaan satu (1), akan diperoleh $q_1 = 10$ dan $q_2 = 30$.

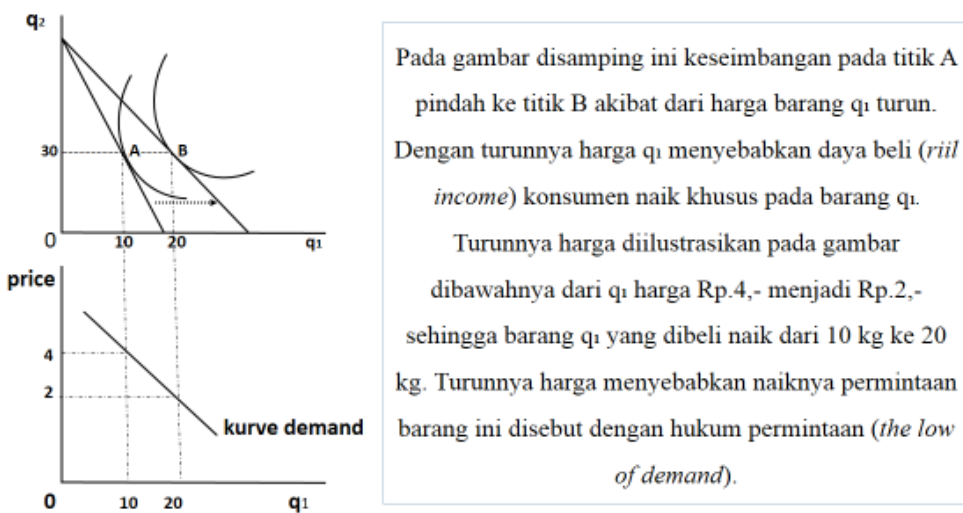
Gambar 2.1D.:
konsumen dalam kondisis keseimbangan (*equilibrium*) dan budget yang mereka canangkan sebesar Rp.100,- agar ia mendapatkan kepuasan yang maksimum, maka ia harus membeli barang untuk sebesar $q_1=10$ dan barang sebesar $q_2 = 30$.



2.1.2 Keseimbangan Konsumen dan Asal Usul Kurva Permintaan (*Demand*)

Kurva permintaan (*Demand*) berasal dari pergeseran keseimbangan konsumen pada titik A di titik pada gambar 2.1D ke titik B. pergeseran tersebut disebabkan karena salah satu dari harga barang berubah (turun atau naik). Mekanisme perubahan harga sebagaimana pada gambar 2.1E.

Gambar 2.1E: Mekanisme terbentuknya kurve Permintaan (*Demand*)



Pada gambar disamping ini keseimbangan pada titik A pindah ke titik B akibat dari harga barang q_1 turun. Dengan turunnya harga q_1 menyebabkan daya beli (*riil income*) konsumen naik khusus pada barang q_1 . Turunnya harga diilustrasikan pada gambar dibawahnya dari q_1 harga Rp.4,- menjadi Rp.2,- sehingga barang q_1 yang dibeli naik dari 10 kg ke 20 kg. Turunnya harga menyebabkan naiknya permintaan barang ini disebut dengan hukum permintaan (*the law of demand*).

Bukti secara matematika sebagaimana pada contoh di muka, yaitu fungsi utilitas konsumen secara spesifik $U = q_1^2 q_2^3$ dimana $Y_0 = \text{Rp. } 100,-$ $p_1 = \text{Rp. } 2,-$ dan $p_2 = \text{Rp. } 2,-$. Harga turun dari Rp.4 ke Rp.2 sehingga diperoleh sebagai berikut:

- 1) Formulasi kendala anggaran: $100 = 4q_1 + 2q_2$ (2)
- 2) Sesuai pada rumus persamaan (2), Marginal Utilitas (MU_1) dari q_1 adalah $\partial U / \partial q_1 = 2 q_1 q_2^3$
- 3) Sesuai pada rumus persamaan (2), Marginal Utilitas (MU_2) dari q_2 adalah $\partial U / \partial q_2 = 3 q_1^2 q_2^2$

- 4) Sesuai pada rumus persamaan (2.1); MU_1/MU_2 diperoleh:
 $[(2 q_1 q_2^3) / (3 q_1^2 q_2^2)] = 2/2$ dalam perkalian silang diperoleh:
 $q_2 = (3/2) q_1$ (2)
- 5) Substitusikan persamaan (2) pada persamaan satu (1), akan diperoleh $q_1=20$ dan $q_2= 20$.

2.1.3 Kurva dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan serta Fungsi Permintaan

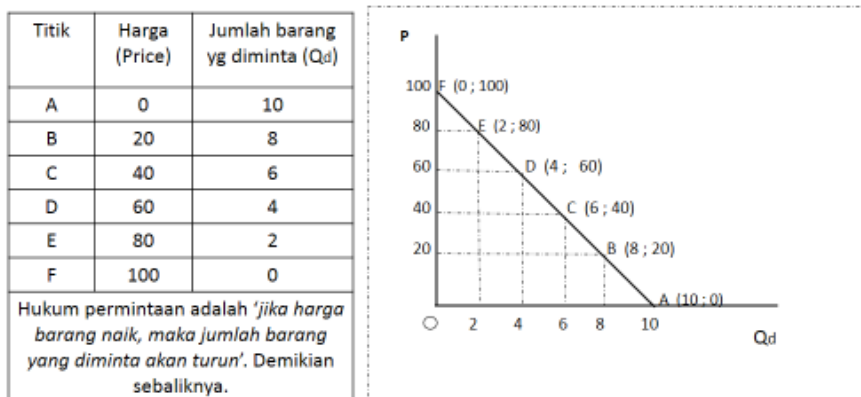
a) Skedul dan Visual Kurva Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Hukum permintaan (*the law of demand*) adalah jika harga barang naik, maka jumlah barang yang diminta turun, begitu juga sebaliknya. Permintaan ada dua, yaitu permintaan individu (*firm*) dan permintaan pasar (*market*). Permintaan individu adalah permintaan sejumlah barang oleh konsumen pada berbagai tingkat harga barang. Sedangkan permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan-permintaan individu, dengan kata lain, kumpulan dari permintaan-permintaan individual membentuk permintaan pasar.

Skedul dan kurva permintaan dapat diketahui melalui mekanisme berikut ini:

- i) Skedul permintaan adalah daftar hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta (Tabel 2.1 dan gambar 2.1E)
- ii) Kurva permintaan adalah gambaran hubungan jumlah barang yang diminta dengan harganya.

Tabel 2.1: hubungan harga barang (P) dan jumlah barang yang diminta (Q_d) dan gambar 2.1E



Jadi permintaan adalah dua unsur harga dan jumlah barang yang diminta atau dibeli (*quantity demanded*) dengan asumsi jika tidak ada unsur lain yang ikut berpengaruh (*ceteris paribus*). Oleh karena itu, hukum permintaan adalah negatif: “Jika harga naik, maka jelas barang yang diminta turun atau sebaliknya”. Untuk lebih jelasnya, hukum permintaan dapat diungkap melalui:

1. Kurva permintaan (*demand curve*), sifatnya visual (apa yang dilihat)
2. Fungsi permintaan (*demand function*), sifatnya kuantitatif.

Melalui tabel 2.1 dan juga bersifat visual gambar 2.1E, maka:

1. Kurva permintaan (*demand curve*), sifatnya visual (apa yang dilihat) baik dalam bentuk linier maupun non linier.
2. Fungsi permintaan (*demand function*), sifatnya kuantitatif sehingga dalam fungsi linier $Q_d = a + bP$ dimana: $a = \text{konstanta}$; $b = \text{slop}$ atau kemiringan dan kemiringan dari kurva permintaan adalah negatif sehingga dalam bentuk spesifikasi $Q_d = 10 - 0,5P$. Dimana $Q_d = \text{jumlah barang yang diminta}$ dan $P = \text{price (harga barang)}$.

Kalau di lihat gambar 2.1E. terdapat banyak titik A, B, C, dan D sehingga jika mencari fungsi permintaan, maka harus dicari titik absis (titik horizontal atau Q_d) dan titik ordinal (vertikal atau P). Pada titik A dan B diambil contoh perhitungan; untuk titik A absisnya= 8 dan

ordinalnya= 20 atau ditulis (8 ; 20) titik B absisnya sebesar 6 dan ordinalnya sebesar 40 atau (6 ; 40). Dalam proses aljabar titik A (8 ; 20) dan B (6 ; 40) dapat dibentuk dalam fungsi permintaan $Q_d = a - bP$, untuk titik :

$$A \rightarrow 6 = a - 40b \dots \dots \dots (1)$$

$$B \rightarrow 8 = a - 20b \dots \dots \dots (2)$$

Persamaan (1) dan (2) diperoleh nilai kemiringan (slop) $b = - 0,1$ dan substitusi nilai b ke salah satu persamaan (1) dan (2) diperoleh nilai $a = 100$. Dari proses tersebut dapat dibalik, yakni dari fungsi $Q_d = 10 - 0,1P$ dibuat gambar mekanismenya adalah membentuk skedul penentuan dengan bantuan fungsi permintaan yang spesifik sebagaimana di atas.

b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapat konsumen, jumlah penduduk, dan selera (*teste*) konsumen:

1. Harga barang itu sendiri, yang berhubungan secara negatif antar harga barang dengan jumlah barang yang diminta. Artinya naiknya harga akan menyebabkan turunnya jumlah barang yang diminta, demikian sebaliknya. Asumsinya, faktor lain dianggap konstan (*ceteris paribus*).
2. Harga barang lain, barang substitusi, dan barang komplementer.
 - a) Barang substitusi adalah barang pengganti seperti beras disubstitusi dengan jagung, daging ayam disubstitusi dengan daging kambing, dan sebagainya. Jika terjadi kenaikan harga beras, maka akan menyebabkan permintaan besar turun dan permintaan terhadap jagung naik, karena jagung merupakan barang substitusi yang baik terhadap beras, dengan asumsi harga

jagung relatif tetap. Hubungan harga jumlah barang yang diminta dengan harga barang lain yang mensubstitusi adalah positif.

- b) Barang komplementer adalah barang pelengkap, seperti kopi dan gula, garpu dan sendok, bensin dan motor. Jika harga gula naik, maka permintaan terhadap gula turun dan permintaan terhadap kopi juga turun karena gula merupakan barang komplemen daripada kopi. Oleh karena, hubungan jumlah barang yang diminta dan harga barang komplemen adalah negatif.
3. Tingkat pendapatan konsumen, ini berhubungan secara positif utama pada barang normal, yakni naiknya pendapatan, maka akan menaikkan jumlah barang yang diminta. Untuk barang *inferior* (jelek), maka naiknya pendapatan justru akan menurunkan jumlah barang *inferior* yang dibelinya. Misalkan barang *inferior*: gaplek.
 4. Selera (*taste*) atau kebiasaan akan mempengaruhi terhadap permintaan barang. Semakin tinggi selera konsumen, maka semakin banyak jumlah barang yang dimintanya.
 5. Jumlah penduduk, semakin banyak jumlah penduduk akan semakin besar permintaan suatu barang atau jasa. Penduduk disini dimaksudkan adalah konsumen potensial dalam mengkonsumsi barang. Hubungan variabel jumlah barang yang diminta dengan konsumen potensial adalah positif.
 6. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan, seperti adanya promosi dengan iklan akan mendorong untuk menambah jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Rangsangan (*insentif*) berupa hadiah-hadiah, juga mendorong konsumen untuk meminta barang atau jasa tersebut. Demikian juga iklan, akan memberikan dampak yang positif terhadap jumlah barang yang diminta sehingga hubungan antara variabel jumlah barang yang diminta dengan iklan, hadiah, atau atribut adalah berbentuk positif.

7. Distribusi pendapatan, artinya ada sebagian kelompok masyarakat yang “menguasai” perekonomian, yang menjadi mereka mempunyai daya beli lebih besar dibandingkan kebanyakan kelompok masyarakat umum, sehingga daya beli mereka lemah dan berpengaruh pada permintaan suatu barang. Atau dapat dikatakan bahwa dengan harapan (*expectation*) konsumen pada pendapatannya yang akan datang, akan menyebabkan permintaan terhadap barang akan naik, karena ia mempunyai suatu harapan yang lebih baik. Jadi hubungan antar variabel tersebut adalah positif.
8. Perkiraan (*etimate*) atau harapan konsumen pada harga dimasa yang akan datang pada suatu barang. Jika perkiraan harga barang di masa yang akan datang naik, maka ada kecenderungan saat ini permintaan terhadap barang tersebut akan naik. Jadi berhubungan secara positif.
9. Harapan (*expectation*) konsumen pada ketersediaan barang atau jasa yang akan datang. Ketersediaan barang dimasa yang akan datang dengan jumlah barang yang diminta adalah negatif. Artinya jika ketersediaan barang dimasa yang akan datang banyak, maka permintaan barang akan turun. Sebaliknya jika ketersediaannya sedikit, maka permintaan terhadap barang akan naik. Kenyataan ini terjadi karena pada diri konsumen ada faktor kekhawatiran terhadap ketersediaan tersebut.
10. Dalam ekonomi Islam kebutuhan yang identik dengan permintaan konsumen. Menurut Q.S. Az-Zariyat: 56), pemenuhan kebutuhan harus berorientasi pada tujuan hidup manusia yaitu *kemuliaan akhlak dan ibadah* kepada Allah, keadaan ini untuk mengingatkan bahwa pemenuhan kebutuhan itu sering menjerumuskan pada berlebihan dan kemewahan.

c) Fungsi Permintaan (*Demand Function*)

Untuk kepentingan riset yang mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat dilakukan dengan memakai model matematik yang selanjutnya akan dapat dilakukan dengan model secara spesifik, seperti linier, linier berganda, logaritma, dan lain sebagainya. Fungsi permintaan adalah suatu permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan fungsi permintaan dapat diketahui hubungan antara variabel tak bebas (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel dependen adalah berupa sejumlah berupa sejumlah permintaan atas barang (Y) misalnya, yang dinotasikan dengan Y_i dan variabel independen adalah berupa faktor-faktor; harga barang lain (X_1), tingkat pendapatan per kapita (X_2); selera konsumen (X_3), jumlah penduduk (X_4), promosi (X_5), distribusi pendapatan (X_6), perkiraan harga (X_7) sehingga dapat dinyatakan dalam model matematis sebagai berikut:

$$Y_i = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7)$$

Besar kecilnya variabel dependen Y_i dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Pengaruh ini bisa negatif atau positif. Umumnya sesuai dengan teori, variabel harga barang itu sendiri berpengaruh secara negatif, variabel harga barang lain bisa positif atau negatif tergantung pada jenis barangnya, demikian juga variabel pendapatan bisa positif atau negatif.

Implementasi fungsi permintaan, misalkan hasil penelitian mahasiswa jurusan ekonomi sebagai berikut:

$$Y = 4 - 0,5 X_1 + 0,12 X_2 + 0,13 X_3 + 0,11 X_4 + 0,12 X_5 + 0,17 X_6 + 0,01 X_7$$

Dimana:

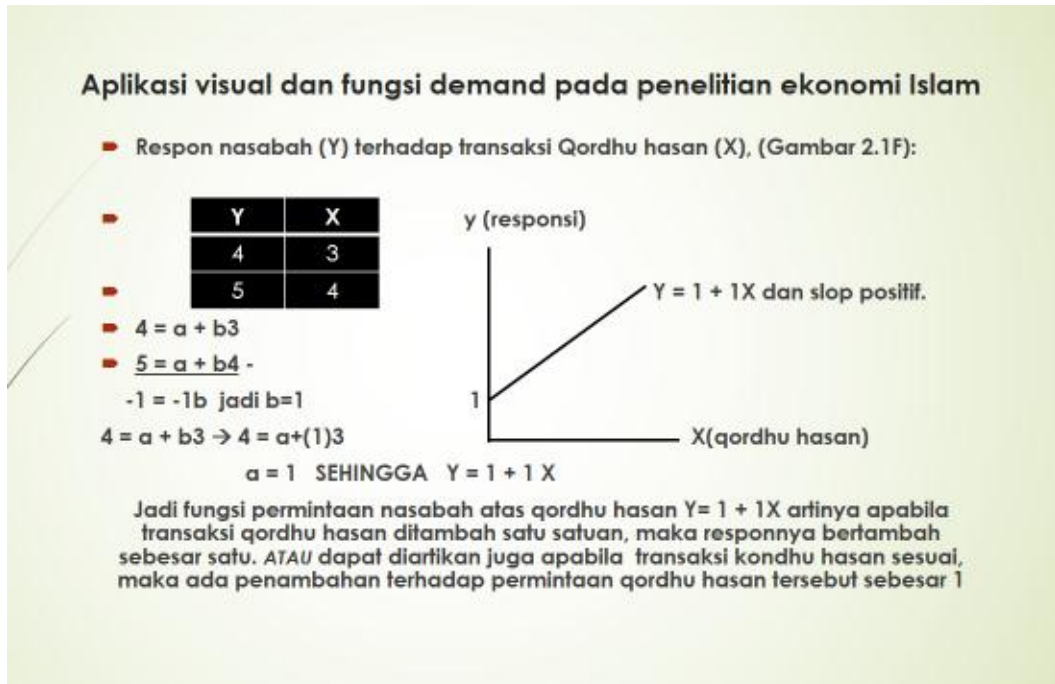
- 1) Y = permintaan barang x
- 2) X_1 = harga barang x
- 3) X_2 = tingkat pendapatan per kapita
- 4) X_3 = selera konsumen
- 5) X_4 = jumlah penduduk
- 6) X_5 = promosi
- 7) X_6 = distribusi pendapatan
- 8) X_7 = perkiraan harga

Interpretasinya:

1. Pengaruh variabel harga (X_1) bertanda negatif adalah jika harga naik, maka permintaan suatu barang akan turun 0,5 satuan. Inilah yang disebut dengan hubungan negatif antara harga barang itu sendiri dengan jumlah barang yang diminta (*ceteris paribus*). Dimaksud *ceteris paribus* adalah faktor lainnya seperti (X_2 ; tingkat pendapatan per kapita, X_3 ; selera konsumen, X_4 ; jumlah penduduk, X_5 ; promosi, X_6 ; distribusi pendapatan, dan X_7 ; perkiraan harga) dianggap nol atau tidak ada.
2. Pengaruh tingkat pendapatan X_2 bertanda positif, artinya naiknya pendapatan berpengaruh pada naiknya jumlah barang yang diminta sebesar 0,12 satuan (*ceteris paribus*).
3. Demikian juga pada variabel selera konsumen (X_3), berpengaruh pada jumlah barang yang diminta naik sebesar 0,13 satuan (*ceteris paribus*).
4. Pengaruh jumlah penduduk (X_4) berpengaruh positif, artinya semakin banyak jumlah penduduk semakin bertambah permintaan jumlah barang yang diminta sebesar 0,11 satuan (*ceteris paribus*).

5. Variabel bebas berupa promosi (X_5) juga berpengaruh positif, artinya banyaknya promosi akan pengaruh pada jumlah barang yang diminta naik sebesar 0,12 satuan (*ceteris paribus*), dan seterusnya.

Contoh sederhana sebagaimana pada gambar 2.1F.



2.2 Konsumsi dalam Pandangan Ekonomi Islam

Perspektif Islam pada Tafsir Tematik Pembangunan Ekonomi Umat (2009:203) tentang pola konsumsi merupakan keharusan bagi manusia yang berupa kebutuhan primer, sekunder atau tersier. Andaikata konsumsi manusia tidak batasi oleh agama, maka manusia itu benar-benar menjadi makhluk yang buas. Manusia diberikan sebebaskan-bebasnya oleh agama tetapi tidak melanggar ketentuan syara'. Oleh karena itu, dalam pandangan Islam konsumsi adalah pemakaian barang yang ada di alam secara langsung asal tidak ada unsur ketidak-ADIL-an (perbuatan zalim), *tabzir* (boros, mubazir) dan *israf* (berlebihan atau melampaui batas).

Kebutuhan manusia yang diciptakan Allah sebagai khalifah yang mendiami dan memakmurkan bumi, yang dilengkapi oleh Allah berupa panca indra, hati nurani, akal, nafsu, oksigen, tanah, makan, minuma, pakaian dan lain sebagainya semuanya diper-untuk-an untuk kehidupan manusia (Q.S. Al-Baqarah: 29), “Dialah (Allah SWT) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”. Jadi tujuan Allah menciptakan alam semesta ini untuk manusia yang diharuskan untuk memikirkan, mengolah dan menggunakannya sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah.

Namun demikian, bukan berarti pemanfaatannya semena-mena mengeksplotasi tetapi harus memperhatikan tingkat kesinambungan (*sustainable*) dan kelestariannya untuk generasi berikutnya karena Allah menginginkan kemakmuran bumi untuk bersama yang diperlukan kearifan dalam pengelolaan dan pemanfaatannya. Hal ini untuk mengantisipasi adanya keinginan manusia selalui tidak ada batasnya, baik keinginan untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Menurut Q.S. Az-Zariyat: 56, pemenuhan kebutuhan harus berorientasi pada tujuan hidup manusia, yaitu kemuliaan akhlak dan ibadah kepada Allah. Keadaan ini untuk mengingatkan bahwa pemenuhan kebutuhan itu sering menjerumuskan pada berlebihan dan kemewahan. (Tafsir Al-Misbah 13 hal.107 dan Al quran dan Tafsirnya Depag Jilid IX hal.488)

Konsumen mencapai titik maksimum dapat diukur dengan pendekatan grafik dan matematis. Pada ekonomi Islam, akan dibahas secara mendetail dengan membandingkan pada teori ekonomi konvensional. Ekonomi Islam ukuran yang dipakai adalah menggunakan Al-Qur'an dan Al-Hadist, beberapa ayat Al-Qur'an yang menyatakan dapat dipakai sebagai pijakan tentang konsumsi yaitu:

- 1) Q.S. Al-Jumu'ah: 10, yakni menekankan keseimbangan antara ibadah dan bekerja: “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebarlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.
- 2) Q.S. Al-Baqarah: 267, yakni anjuran untuk bekerja terus agar dapat melaksanakan infak: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.
- 3) Q.S. At-Tagabun: 15-16, yakni membelanjakan harta pada yang baik dan dibutuhkan (*needs*): “(15) Sesungguhnya hartamu dan anak-anakmu hanyalah cobaan (bagimu), dan di sisi Allah-lah pahala yang besar. (16) Maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu (nafkahkan, nafkah yang bermanfaat dunia akhirat). Dan barangsiapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, maka mereka itulah orang-orang yang beruntung”.
- 4) Q.S. Al-Qiyamah: 20-21, yaitu menekankan keseimbangan dunia-akhirat: “(20) Sekali-kali janganlah demikian. Sebenarnya kamu (hai manusia) mencintai kehidupan dunia, (21) Dan meninggalkan (kehidupan) akhirat”.
- 5) Q.S. Al-Qasas: 60, yakni menerangkan perbandingan kenikmatan dunia dan akhirat: “Dan apa saja (hal-hal yang berhubungan dengan duniawi seperti: pangkat, kekayaan, keturunan, dan sebagainya) yang diberikan kepada kamu, maka itu adalah kenikmatan hidup duniawi dan perhiasannya; sedang apa yang di sisi Allah adalah lebih baik dan lebih kekal. Maka apakah kamu tidak memahaminya?”

- 6) Q.S. Az-Zariyat: 19, yakni menganjurkan untuk menghindari kebakhilan: “Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian (orang miskin yang tidak mendapat bagian maksudnya ialah orang miskin yang tidak meminta-minta)”.
- 7) Q.S. Al-Furqan: 67, yakni menjelaskan tentang infak tidak berlebihan dan tidak kikir: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.
- 8) Q.S. Al-Humazah: 1-4: yakni anjuran untuk menghindari kemewahan dan kemegahan (sombong): “Kecelakaanlah bagi setiap pengumpat lagi pencela - yang mengumpulkan harta dan menghitung-hitung (Maksudnya mengumpulkan dan menghitung-hitung harta yang karenanya dia menjadi kikir dan tidak mau menafkahnnya di jalan Allah) - dia mengira bahwa hartanya itu dapat mengekalkannya - Sekali-kali tidak! Sesungguhnya dia benar-benar akan dilemparkan ke dalam Huthamah. Beberapa riwayat: (i) Dalam suatu riwayat dikemukakan bahwa Utsman dan Ibnu Umar berkata: "Masih segar terdengar di telinga kami bahwa ayat ini (Q.S.104: 1,2) turun berkenaan dengan Ubay bin Khalaf, seorang tokoh Quraisy yang kaya raya, yang selalu mengejek dan menghina Rasul dengan kekayaannya". Diriwayatkan oleh Ibnu Abi hatim yang bersumber dari Utsman dan Ibnu Umar); (ii) Dalam riwayat lain dikemukakan bahwa ayat ini (Q.S.104: 1,2,3) turun berkenaan dengan al-Akhnas bin Syariq yang selalu mengejek dan mengumpat orang. Ayat ini turun berkenaan sebagai teguran terhadap perbuatan seperti itu. (Diriwayatkan oleh Ibnu Abi hatim yang bersumber dari as-Suddi); (iii) Dalam riwayat lain dikemukakan bahwa ayat ini (Q.S. 104:1-3) turun berkenaan dengan Jamil bin Amir al-Jumbi seorang tokoh musyrik yang selalu mengejek dan menghina orang (Diriwayatkan oleh Ibnu jarir yang bersumber dari

- seorang suku Riqqah.) dan (iv) Dalam riwayat lain dikemukakan bahwa Ummayah bin Khalaf selalu mencela dan menghina Rasulullah apabila berjumpa dengannya. Maka Allah menurunkan ayat ini (Q.S. 104: sampai akhir surah) sebagai ancaman siksa yang sangat dahsyat terhadap orang-orang yang mempunyai anggapan dan berbuat seperti itu. (Diriwayatkan oleh Ibnul Mundzir yang bersumber dari Ibnu Ishaq).
- 9) Q.S. At-Takasur: 1-2, yakni mengingatkan bahwa kemegahan melalaikan masuk kubur: “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu (maksudnya: bermegah-megahan dalam soal banyak harta, anak, pengikut, kemuliaan, dan seumpamanya telah melalaikan kamu dari ketaatan) - 2. sampai kamu masuk ke dalam kubur”. (i) Dalam suatu riwayat dikemukakan bahwa ayat ini (Q.S. 102: 1-2) turun berkenaan dengan dua qabilah Anshar. Bani Haritsah dan Bani Harts yang saling menyombongkan diri dengan kekayaan dan keturunannya dengan saling bertanya: "Apakah kalian mempunyai pahlawan yang segagah dan secekatan si Anu?" Mereka menyombongkan diri pula dengan kedudukan dan kekayaan orang-orang yang masih hidup. Mereka mengajak pula pergi ke kubur untuk menyombongkan kepahlawanan dari golongannya yang sudah gugur, dengan menunjukkan kuburannya. Ayat ini (Q.S. 102 :1-2) turun sebagai teguran kepada orang-orang yang hidup bermegah-megah sehingga terlalaikan ibadahnya kepada Allah. (Diriwayatkan oleh Ibnu Abi Hatim yang bersumber dari Ibnu Buraidah.) dan (ii) Dalam riwayat lain dikemukakan bahwa Ali pernah berkata: "Pada mulanya kami sangsi akan siksa kubur. Setelah turunnya ayat ini (Q.S. 102:1-4) hilanglah kesangsian itu." (Diriwayatkan oleh Ibnu jarir yang bersumber dari Ali.)
- 10) Q.S. Al-Isra: 26-27, yakni menghindari kemubaziran dan melampaui batas: “26. Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27.

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.

- 11) Q.S. Al-A'raf: 31, yakni berpakaianlah yang baik di masjid, tapi jangan sampai berlebihan: “31. Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid [534], makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (maksudnya: tiap-tiap akan mengerjakan sholat atau *thawaf* keliling Ka'bah atau ibadat-ibadat yang lain)”.

2.3 Komparasi Pandangan Teori Ekonomi Konvensional dan Islam pada Teori Konsumsi (*The Economics Integration*)

Pembaca agar mudah dalam memahami buku ini ini, maka yang dimaksud integrasi adalah selalu berdasarkan pada Al-Qur'an dan/atau Al-Hadits. Mekanisme dalam peng-*integrasi*-annya akan lebih mudah melalui kegiatan riset, yaitu variabel-variabel yang terlibat mengandung ayat Al-Qur'an dan/atau Al-Hadits serta kemungkinan juga dalam pengukuran variabel kualitatif untuk dikuantitatifkan memakai indikator-indikator ter-integrasi.

1. Aplikasi pada penelitian: “*Responsi Masyarakat Muslim pada Produk Bank Syariah*”
 - a) Variabel Y = responsi
 - b) Variabel X1 = tingkat ketenangan nasabah
 - c) Variabel X2 = menghindari riba
 - d) Variabel X3 = konsistensi dalam mengamalkan ajaran Islam
 - e) Variabel X4 = dan lain-lain, menyesuaikan kebutuhan (*needs*) dan keinginan peneliti dalam merancang problematik yang akan ditelitiannya.
2. Apalikasi pada penelitian: Q.S. Al-Jumu'ah: 10, yakni menekankan keseimbangan antara ibadah dan bekerja.

3. Penelitian atas dasar Q.S. Al-Baqarah: 267, yakni anjuran untuk bekerja terus agar dapat melaksanakan infak.
4. Penelitian atas ayat Q.S. At-Tagabun: 15-16, yakni membelanjakan harta pada yang baik dan dibutuhkan (*needs*).
5. Penelitian pada ayat Q.S. Al-Qiyamah: 20-21, yaitu menekankan keseimbangan (*balance*) dunia-akhirat.
6. Penelitian tentang ayat Q.S. Al-Qasas: 60, yakni menerangkan perbandingan kenikmatan dunia dan akhirat.
7. Penelitian tentang ayat Q.S. Az-Zariyat: 19, yakni menganjurkan untuk menghindari kebakhilan.
8. Penelitian tentang ayat Q.S. Al-Furqan: 67, yakni menjelaskan tentang infak tidak berlebihan dan tidak kikir.
9. Penelitian tentang ayat Q.S. Al-Humazah: 1-4, yakni anjuran untuk menghindari kemewahan dan kemegahan (sombong).
10. Penelitian tentang ayat Q.S. At-Takatsur: 1-2, yakni mengingatkan bahwa kemegahan melalaikan masuk kubur.
11. Penelitian tentang ayat Q.S. Al-Isra: 26-27, yakni menghindari kemubadziran dan melampaui batas.
12. Penelitian tentang ayat Q.S. Al-A'raf: 31, yakni berpakaianlah yang baik di masjid tapi jangan sampai berlebihan.

Sebagai implikasi pada sub-bab ini apabila penelitian “apa saja” di-*integrasi*-kan, maka penelitian itu tidak akan ada habisnya, malah semakin berkembang dan berkesinambungan satu dengan yang lainnya bagaikan suatu “sistem”. (Sistem yaitu kaitan antara komponen satu dengan komponen lainnya yang berinteraksi untuk mencapai satu tujuan). Bahkan, dengan integrasi penelitian ini akan dengan memunculkan inovasi baru, sehingga kecil sekali akan terjerat dalam plagiat.

2.4 Elastisitas Permintaan, Total Penerimaan (TR) dan Simulasi Harga

Hubungan elastisitas permintaan, total penerimaan dan penerimaan marginal. Peluang riset pada simulasi kebijakan harga (*the price policy*) oleh produsen guna meningkatkan volume penjualan guna menghindari kemubaziran stok barang di penyimpanan.

1. Elastisitas penerimaan sering disebut juga elastisitas harga (*price elasticity of demand*), yaitu ratio prosentase jumlah barang yang diminta dengan prosentase perubahan harga barang, dengan rumus:

$$\text{Rumusnya} \quad : E_h = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_x} \frac{P_x}{Q_x} \quad \text{atau} \quad E_h = \frac{\partial Q_x}{\partial P_x} \frac{P_x}{Q_x}$$

Dimana : Q_x = rata-rata jumlah barang x yang diminya dan
 P_x = rata-rata harga barang x
 E_h = elastisitas harga (*demand*)

Keterangan: elastisitas harga (E_h) nilainya pasti negatif yang diartikan bahwa jika harga barang naik, maka permintaannya akan turun dan jika harga barang turun, maka permintaannya akan naik (*the law of demand*).

2. Besarnya koefisien elastisitas harga (E_h) ada 5 (lima) kemungkinan (Masyhuri, 2007), yakni:
 - a) $E_h > 1$ disebut *relatif elastisitas*, yaitu jika harga barang turun satu prosen, maka jumlah barang diminta akan naik lebih besar dari satu prosen. Sebaliknya jika harga barang naik satu prosen, maka jumlah barang yang diminta akan turun lebih besar dari satu prosen. Misalnya emas atau barang-barang mewah (barang sekunder atau tersier).
 - b) $E_h < 1$ disebut *relatif in-elastis*; artinya sama seperti di atas, perubahan harga satu prosen akan menimbulkan perubahan jumlah barang yang diminta kurang dari satu prosen. Biasanya terjadi barang produksi pertanian (*agricultural product*) seperti buah-buahan.

- c) $E_h = 1$ disebut dengan *unitary elastisitas*; artinya perubahan harga barang akan merubah jumlah barang yang diminta dengan jumlah yang sama.
- d) $E_h = 0$ disebut dengan In-elastisitas sempurna (*perfect in elastic*), yaitu perubahan harga barang (naik atau turun) tidak akan merubah permintaan barang, seperti garam.
- e) $E_h = \infty$ disebut elastis sempurna atau infinite elastis ; artinya tidak adanya perubahan harga ($p = 0$), maka jumlah barang yang diminta akan berubah tak terhingga.

Contoh perhitungan sederhana koefisien elastisitas harga (E_h), adalah sebagai berikut:

Jika harga barang sebesar Rp.125,- (P_1) jumlah barang yang diminta sebanyak 80 kilogram (Q_1). Pada saat harga turun menjadi Rp.100,- (P_2), maka jumlah barang yang diminta naik menjadi 100 kilogram (Q_2). Berapakah koefisien elastisitas harganya?

Untuk memudahkan dalam menjawab dapat disusun matrik tabel sebagai berikut:

No.	Harga (P_i)	Jumlah barang yg diminta (Q_i)	$TR_i = P_i \times Q_i$
1.	$P_1 = \text{Rp.}125$	$Q_1 = 80 \text{ kg}$	$TR_1 = \text{Rp.}10.000$
2.	$P_2 = \text{Rp.}100$	$Q_2 = 100 \text{ kg}$	$TR_2 = \text{Rp.}10.000$

Jawab: $E_h = \frac{20}{-25} \frac{225/2}{180/2}$ maka $E_h = | - 1,0 |$ atau cukup ditulis $E_h = 1,0$

Keterangan: angka mutlak, yaitu angka yang hanya diambil tanpa mengikutsertakan “tanda negatifnya” hanya berlaku pada point elasticity. Sedangkan elastisitas silang (cross elasticity) atau elastisitas pendapatan (income elasticity) angka mutlak tidak berlaku dalam arti keikutsertaan “tanda negatif dan tanda positif” adalah sebagai syarat dalam menentukan jenis

Implikasi yang perlu diperhatikan pada elastisitas harga (E_h) ada dua, yaitu (1) penerimaan total (*total revenue*, TR) atau omset, dan (2) kebijakan harga (*price policy*) yang diambil oleh produsen.

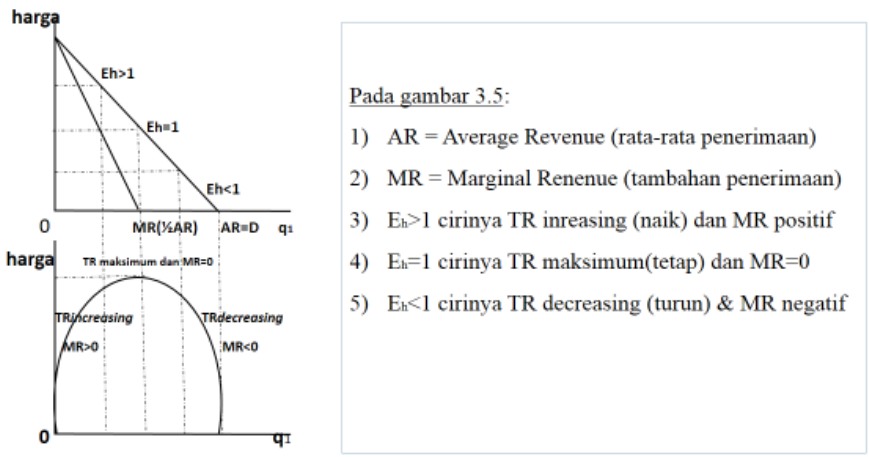
2.5 Kebijakan Harga Perusahaan (*The Price Policy of Firm*): Harga “Islam” dan Harga “Mafia” dan Simulasi Harga

2.5.1 Hubungan Elastisitas Harga (E_h), Total Revenue (TR) dan Marginal Revenue (MR)

Implikasi di atas dapat dipakai sebagai dasar penting bagi seorang produsen dalam memproduksi suatu barang atau jasa karena kebijakan harga (*the price policy*) oleh perusahaan dengan beberapa tujuan yaitu tujuan menaikkan tingkat penerimaan (TR) atau hanya menaikkan volume penjualan meskipun TR-nya sama dengan satu.

Oleh sebab itu, bagi produsen yang ingin menaikkan atau menurunkan harga barang harus melihat koefisien elastisitas harganya (E_h), dan besar kecilnya nilai E_h menentukan keputusannya “Apakah harga barang yang dinaikkan atau diturunkan”. Guna memastikan keputusan tersebut, maka pertama yang harus dilihat adalah penerimaan total (*total revenue*, TR) harus naik, karena tujuan (orientasi) produsen hanya satu bagaimana TR atau omsetnya itu naik.

Gambar 3.5: Hubungan E_h , Total Revenue (TR) dan Marginal Revenue (MR)



Bukti perhitungan hubungan elastisitas harga (E_h), TR dan MR:

a) Elastisitas lebih besar dari satu ($E_h > 1$)

Jika harga barang sebesar Rp.10,- (P_1) jumlah barang yang diminta sebanyak 100 kilogram (Q_1). Pada saat harga turun menjadi Rp.5,- (P_2), maka jumlah barang yang diminta naik menjadi 250 kilogram (Q_2). Berapakah koefisien elastisitas harganya?

Untuk memudahkan dalam menjawab dapat disusun matrik tabel sebagai berikut:

No.	Harga (P_i)	Barang Dinminta (Q_i)	E_h	$TR_i = P_i \times Q_i$	$MR = (\Delta TR / \Delta Q)$
1.	10	100	$E_h =$	1.000	MR=3,3 (+)
2.	5	250	-1,29	1.500	

b) Elastisitas sama dengan satu ($E_h = 1$)

Jika harga barang sebesar Rp.10,- (P_1) jumlah barang yang diminta sebanyak 100 kilogram (Q_1). Pada saat harga turun menjadi Rp.5,- (P_2), maka jumlah barang yang diminta naik menjadi 200 kilogram (Q_2). Berapakah koefisien elastisitas harganya?

Untuk memudahkan dalam menjawab dapat disusun matrik tabel sebagai berikut:

No.	Harga (P _i)	Barang Dinminta (Q _i)	E _h	TR _i =P _i x Q _i	MR=(ΔTR/ΔQ)
1.	10	100	E _h =-	1.000	MR= 0 (nol)
2.	5	200	1,0	1.000	

c) Elastisitas kurang dari satu ($E_h < 1$)

Jika harga barang sebesar Rp.10,- (P₁) jumlah barang yang diminta sebanyak 100 kilogram (Q₁). Pada saat harga turun menjadi Rp.5,- (P₂), maka jumlah barang yang diminta naik menjadi 200 kilogram (Q₂). Berapakah koefisien elastisitas harganya?

Untuk memudahkan dalam menjawab dapat disusun matrik tabel sebagai berikut:

No.	Harga (P _i)	Barang Dinminta (Q _i)	E _h	TR _i =P _i x Q _i	MR=(ΔTR/ΔQ)
1.	10	100	E _h =-	1.000	MR= -5
2.	5	150	0,60	750	(negatif)

2.5.2 Harga “Islam” dan Harga “Mafia”

Pada elastisitas harga sama dengan satu dan kurang dari satu menarik untuk dianalisis baik secara kuantitatif maupun kualitatif karena keduanya sama-sama volume penjualana naik untuk $E_h=1$ naik dari 100 kg ke 200 kg. Sedangkan pada $E_h=0,6$ naik dari 100 kg ke 150 kg dan TR mengalami penurunan.

Pada elastisitas harga kurang dari satu biasa terjadi pada komoditas pertanian (sembilan bahan makan pokok) yang cenderung mudah rusak. Jika stok barang milik produsen masih banyak, maka keinginan produsen secepatnya untuk laku dijual sehingga harga diturunkan dengan harapan barang cepat laku meskipun total penerimaan menurun dari pada barang rusak. Namun demikian, saat kondisi semacam ini dapat pula muncul harga “Islam” yaitu pemberian harga murah yang diniati dengan *shadaqah*, meskipun ini masih dalam tataran normatif.

Sedangkan pada kasus peluang praktek “mafia” yang tujuannya hanya dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan; “Kasus pada Dhearis Motor yang membeli motor dari suatu tempat resmi tetapi didalamnya ada oknum yang memanfaatkan untuk mengambil keuntungan dari sepeda motor yang statusnya masih kredit”). Dan, peluang juga untuk menurunkan harga karena diniati dengan shadaqah pada harga rendah volume penjualan naik.

2.5.3 Simulasi Harga

Menarik untuk diteliti dan dianalisis lebih mendalam melalui analisis simulasi besarnya penurunan dan kenaikan harga barang.

Bukti perhitungan hubungan elastisitas harga (E_h), TR dan MR:

- a) Elastisitas lebih besar dari satu ($E_h > 1$)

Untuk memudahkan dalam melakukan simulasi penurunan harga, maka disusun matrik tabel sebagai berikut:

- 1) Harga diturunkan 25% (dari Rp.10 ke Rp.7.5)

No.	Harga (P_i)	Barang Dinminta (Q_i)	E_h	$TR_i = P_i \times Q_i$	$MR = (\Delta TR / \Delta Q)$
1.	10	100	$E_h =$	1.000	MR=5,83 (+)
2.	7,5	250	-3,00	1.875	

- 2) Harga diturunkan 50% (dari Rp.10 ke Rp.5)

No.	Harga (P_i)	Barang Dinminta (Q_i)	E_h	$TR_i = P_i \times Q_i$	$MR = (\Delta TR / \Delta Q)$
1.	10	100	$E_h =$	1.000	MR=3,3 (+)
2.	5	250	-1,29	1.500	

- 3) Harga diturunkan 60% (dari Rp.10 ke Rp.4)

No.	Harga (P_i)	Barang Dinminta (Q_i)	E_h	$TR_i = P_i \times Q_i$	$MR = (\Delta TR / \Delta Q)$
1.	10	100	$E_h =$	1.000	MR=0,0 (nol)
2.	4	250	-1,00	1.000	

- 4) Asumsinya adalah jumlah barang yang diminuta tetap, tetapi yang dilihat adalah nilai elastisitas dan total penerimaan.
- 5) Rekomendasi adalah penurunan 40% merupakan batas minimal sebagai penurunan harga, karena elastisitasnya sama dengan satu dan total penerimaan tetap.
- 6) Jika turunnya lebih dari 40%, maka elastisitasnya kurang dari satu dan total penerimaan pasti turun. Turunnya penerimaan ini bukan menjadi pertimbangan utama apabila barang dijual belikan adalah komoditas tidak tahan lama dan mudah rusak. Guna menghindari kerusakan ini, maka targetnya adalah volume penjualan menjadi prioritas utama sebagaimana yang telah dijelaskan di atas.

Pertimbangan dalam peningkatan volume penjualan dalam perspektif Islam adalah tidak melakukan kemubaziran dan dapat dipakai sebagai “media” tali asih dan tali persaudaraan karena itulah dalam surat Al-Isra ayat 26-27 memaparkan bahwa: (26) *dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang ada dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) dengan boros. (27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudaranya setan dan sesungguhnya setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya.*

Kandungan pada ayat 26, dijelaskan bahwa selain berbakti, berkhidmat dan menampakkan kasih sayang, cinta, dan rahmat kepada kedua orang tua, kita pun hendaknya memberi bantuan kepada keluarga yang dekat karena mereka yang paling utama dan berhak untuk ditolong. Mereka patut mendapat bantuan hidup di tengah keluarga terdekat yang mampu karena pertalian darah. Mereka pasti ada yang hidup lebih berkecukupan dan ada yang kekurangan sehingga kita sebagai keluarga harus saling membantu. Allah memerintahkan manusia untuk berbakti dan berbuat baik tidak hanya kepada orang tua saja, namun masih harus

berbakti kepada tiga golongan yang lain, yaitu pada kaum kerabat, kepada orang miskin, kepada orang terlantar dalam perjalanan.

Pada ayat 27, Allah mengingatkan bahwa betapa buruknya sifat orang yang boros. Mereka dikatakan sebagai saudaranya setan. Orang yang boros bermakna orang yang membelanjakan hartanya dalam perkara yang tidak mengandung manfaat berarti. Inti kandungan dari dua ayat tersebut adalah agar kita mengatur dan membelanjakan harta kita secara tepat, yaitu dengan membelanjakan di jalan Allah, memberikan bagian harta kita kepada yang berhak dan tidak menghamburkan harta kita atau boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. Bagian itu menerangkan tentang peringatan dari Allah agar kita tidak melakukan pemborosan, menghambur-hamburkan, dan menyia-nyiakan harta yang kita miliki.

Berdasarkan hasil simulasi elastisitas permintaan lebih dari satu pada barang manufaktur (non sembako) batas minimal dalam penurunannya 40%, lebih dari itu akan menjadikan total penerimaan semakin turun. “Simulasi” selanjutnya adalah pada barang yang tidak lama (sembako) – apabila barang tersebut sudah waktunya harus terjual, maka harus dijual agar volume penjualan naik, tanpa memperhatikan nilai elastisitas dan total produksi karena barang rusak, tidak akan terjual dan mubazir. Hal inilah yang tidak dikehendaki dalam Ekonomi Islam, kemungkinan besar juga ekonomi konvensional.

BAB III

TEORI PRODUKSI

Pokok Bahasan	Teori produksi kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori produksi yang mana teori ini dapat menghasilkan alokasi <i>input</i> (bahan baku) secara optimal dalam menghasilkan <i>output</i> (produk) yang optimal guna menghindari kemubaziran dalam penggunaan/alokasi <i>input</i> .
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami manajemen produksi dalam rangka mengetahui alokasi input yang optimal dan menghindari kemubaziran (<i>the economic losses</i>).
Peluang Riset	Optimalisasi ini dapat diaplikasikan pada riset secara integratif, dan bukti secara matematik optimal adalah menguntungkan mekanisme integrasi. Hal ini dapat dimunculkan pada konstruksi variabel yang akan diteliti, khususnya dengan <i>input</i> yang berbeda dan <i>output</i> yang berbeda sehingga konsekuensi zakat pun akan berbeda.

3.1 Konsep Dasar Aktivitas Produksi

Agar produk diterima oleh pasar, maka produksi yang dihasilkan harus mempunyai nilai tambah (*value added*). Tujuannya, agar aktivitas ekonomi tersebut mencapai titik optimal (efisiensi dan efektif), dan tidak terjadi pemborosan (*waste*) atau *losses*. Adanya keharusan (*necessary condition*) semacam ini, maka bagi produsen harus mengetahui secara baik sistem produksi dari perusahaan yang ia kendalikan.

Aktivitas produksi bagaikan suatu sistem, yaitu besar kecilnya penggunaan *input* akan mempengaruhi pada *output*. *Input* ada empat, yaitu lahan, tenaga kerja, kapital (modal) dan manajemen. Hubungan secara fisik antara faktor produksi dengan produksi disebut dengan fungsi produksi, yang mana *input* sebagai variabel bebas (variabel yang mempengaruhi; *independent variable*) dengan variabel *output* sebagai variabel tak bebas (variabel yang dipengaruhi; *dependent variable*).

Hubungan variabel tersebut dapat ditulis dalam bentuk model matematika secara umum: $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$; dimana Y adalah produksi (variabel tak bebas) yang dipengaruhi oleh faktor produksi (variabel bebas, X) dan X adalah variabel bebas yang mempengaruhi Y.

3.2 Hubungan Fisik Input dan Output

Hubungan fisik ini diilustrasikan pada kurva produksi klasik dalam bentuk “S”, yang menjelaskan tentang *output* dengan *input*. Produksi terbagi menjadi 3, produksi total (*total product*, TP), produksi rata-rata (*average product*, AP), dan produksi marginal (*marginal product*, MP). Produksi rata-rata adalah produksi total dibagi dengan satuan faktor produksi (X), sedangkan produksi marginal adalah perubahan produksi total (ΔY) dibagi perubahan faktor produksi (ΔX) yang digunakan.

Sifat tambahan produk (produksi marginal atau *marginal product*) yang dihasilkan atas *input* yang digunakan biasanya ada 3 tahapan; *increasing*, *constant* dan *decreasing*.

- a. *Increasing* adalah produksi yang dihasilkan tambahannya semakin naik (*increase*) dengan menambah *input* yang digunakan.
- b. *Decreasing* adalah produksi yang dihasilkan tambahannya semakin berkurang (*decrease*) dengan menambah *input* yang digunakan.
- c. *Constant* adalah produksi yang dihasilkan tambahan tetap (*constantain*) dan/atau tidak bertambah, dengan menambah *input* yang digunakan.

Hubungan antara produksi total, produksi rata-rata, dan produksi marginal dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel dan kurva klasik bentuk “S” (Tabel 3.2 dan Gambar 3.4).

Tabel 3.2. : Hubungan produksi total (PT), produksi rata-rata (PR), produksi marginal (PM).

Input (X)	Produksi (Y)	$PR = \frac{Y}{X}$	$PM = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$	Keterangan
0	1	3/1		Naik (<i>increasing</i>)
1	3	3/1	2	
2	6	3	3	
3	11	11/3	5	
4	17	17/4	6	
5	24	24/5	7	
6	30	5 _(maksimum)	6	Turun (<i>decreasing</i>)
7	32	32/7	2	
8	32	4	0	PT mencapai mak.pasti PM=0
9	30	30/9	-2	Negatif

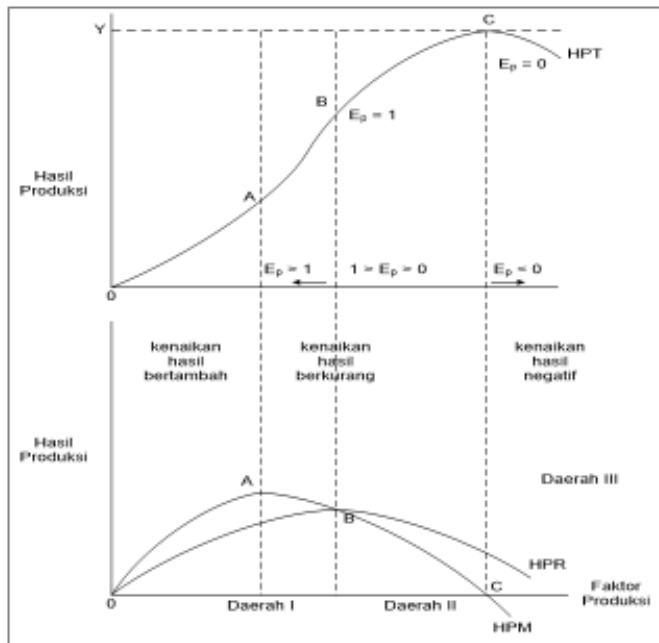
Keterangan: Angka Hipotesis (Masyhuri, 2007).

Karena hasil akhir dari mempelajari teori produksi ini adalah bagaimana alokasi input secara optimal, maka dari Tabel 3.2. ini muncul pertanyaan-pertanyaan:

1. Berapa penggunaan input X pada saat produksi marginal (PM) mencapai maksimum? Jawabannya adalah sebesar antara 4 dan 5.
2. Berapa penggunaan input X pada saat produksi rata-rata (PR) mencapai maksimum? Jawabannya adalah sebesar 6.
3. Berapa penggunaan input X pada saat produksi total (PT) mencapai maksimum? Jawabannya adalah sebesar 7 dan 8.

Dari analisis deskripsi Tabel 3.2. di atas, dapatlah dilanjutkan dengan analisis secara grafik yang sering disebut dengan grafik fungsi produksi klasik berbentuk “S” (gambar: 3.2).

Gambar 3.2. : Hubungan antara PT, PR & PM; Daerah I, II & III dan Tingkat Elastisitas.



Jadi alokasi input X pada saat:

1. Daerah I: increasing
2. Daerah II: decreasing
3. Daerah III: negatif.
4. Daerah II, berlaku hukum the low of diminishing return yakni hukum kenaikan hasil (*output*) yang semakin berkurang akibat dari penambahan faktor produksi X (input).
5. Khusus teori cobb-douglas berada pada daerah II

Dari gambar 3.2. dapat ditunjukkan tiga kejadian:

1. Hubungan antara produksi total, rata-rata dan marginal.
2. Daerah I disebut *efisien* dan *ir-rasional*, daerah II disebut *efisien* dan *rasional* dan daerah III disebut *in-efisien* dan *ir-rasional*.
3. Elastisitas produksi (E_p)

3.2.1 Hubungan Produksi Total (PT), Produksi Rata-rata (PR), dan Marginal (PM)

- 1) Pada titik O – A (titik balik, *infection point*)
 - Produksi total naik hingga titik balik
 - Produksi marginal naik hingga titik maksimum (titik D), disini muncul pertanyaan; berapa penggunaan input X pada saat produksi maginal ini mencapai titik maksimum?
 - Produksi rata-rata mulai naik

- 2) Pada titik A – B
 - Produksi total naik terus mendekati titik maksimum
 - Produksi marginal mulai turun
 - Produksi rata-rata mencapai maksimum. Pada saat ini muncul 2 (dua) kejadian penting, (i) muncul pertanyaan; berapa penggunaan input X pada saat produksi rata-rata ini mencapai maksimum? dan (ii) bertemunya kurva produksi marginal sama dengan kurva produksi rata-rata. Saat bertemunya produksi rata-rata dan produksi marginal ini disebut dengan efisiensi teknis tercapai.
- 3) Pada titik B – C (titik produksi total mencapai maksimum)
 - Produksi total mencapai maksimum di titik C, di sini muncul pertanyaan berapa penggunaan input X pada saat produksi produksi total mencapai titik maksimum?
 - Produksi marginal terus turun hingga titik nol
 - Produksi rata-rata mulai turun
- 4) Setelah titik C
 - Produksi total mulai turun
 - Produksi marginal mencapai negatif
 - Produksi rata-rata turun, berimpit pada garis horizontal dan tidak pernah memotongnya

Dari dua analisis grafik 3.2. dan deskripsi tabel 3.2. di atas, masih ada kurang ketegasan tentang alokasi input X yang tepat pada saat produksi marginal mencapai maksimum. Guna menganalisis secara tepat dan menjawab secara tegas dari pertanyaan berapa penggunaan X pada saat produksi marginal mencapai titik maksimum, maka perlu dilakukan analisis matematika dan dibentuk dalam suatu model fungsi produksi secara spesifik. Jika model spesifik dibentuk, maka pertanyaan di atas akan terjawab sekaligus akan dapat membuktikan bahwa pada saat

produksi rata-rata mencapai maksimum, maka saat itu tercapai efisiensi teknis tertinggi tercapai.

Sebagai contoh model spesifik fungsi $Y = 9 X^2 - X^3$. Pertanyaannya, berdasarkan fungsi produksi spesifik di atas, maka carilah alokasi input (X): (Masyhuri, 2007)

1. Carilah fungsi produksi marginal, fungsi produksi rata-rata, dan fungsi produksi total.
2. Berapa tingkat penggunaan input X pada saat produksi marginal mencapai titik maksimum?
3. Berapa tingkat penggunaan input X pada saat produksi rata-rata mencapai titik maksimum?
4. Berapa tingkat penggunaan input X pada saat produksi total mencapai titik maksimum?
5. Buktikan bahwa pada saat produksi rata-rata mencapai titik maksimum, efisiensi teknis tertinggi tercapai.

Penyelesaiannya :

$$\begin{aligned} 1. \text{ PM}_X &= \frac{dy}{dx} \text{ disebut dengan produksi marginal pada input X (PM}_X\text{)} \\ &= 18 X - 3 X^2 = 0 \text{ (inilah yang disebut dengan fungsi produksi} \\ &\quad \text{marginal).} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Produksi rata-rata; PR} &= \frac{Y}{X} \\ &= 9 X - X^2 \text{ (inilah yang disebut dengan fungsi produksi rata-} \\ &\quad \text{rata)} \end{aligned}$$

Fungsi produksi total, tidak lain adalah fungsi awalnya: $Y = 9 X^2 - X^3$

2. Syarat untuk mencari titik maksimum adalah turunan I sama dengan nol.

MP_X agar mencapai maksimum adalah

$$\begin{aligned} &= \frac{d(MP_x)}{dx^2} = 0 \\ &= \frac{d(18X - 3X^2)}{d_x} = 0 \\ &= 18 - 6X = 0 \end{aligned}$$

$X = 3$, jadi penggunaan input $X = 3$ terjadi saat produksi marginal mencapai maksimum

$$3. PR = \frac{Y}{X}$$

$$= \frac{9X^2 - X^3}{X}$$

$$= 9X - X^2 \text{ mencapai reaksi } \frac{d(PR_x)}{dX}$$

$$= 9 - 2X = 0 \text{ sehingga } X = 4 \frac{1}{2}$$

Pembuktian bahwa efisiensi teknis tercapai pada saat $MP_X = PR_X$

dan telah diketahuai $MP_X = 18X - 3X^2$ dan $PR_X = 9X - X^2$

$$18X - 3X^2 = 9X - X^2$$

$$9X - 2X^2 = 0$$

$$X(9 - 2X) = 0$$

$$X = 4,5 \text{ (terbukti).}$$

3.2.2 Daerah-Daerah (*Stage*)

1) Daerah I disebut efisien dan irrasional (tidak rasional). Dikatakan efisien karena dengan penambahan *input*, maka *output* naik. Dikatakan irrasional karena jika seorang produsen berhenti, maka tidak masuk akal karena produsen dengan menambahkan *input*, maka *output* akan naik. Jadi masih ada kesempatan untuk menaikkan *output*.

- 2) Daerah II disebut efisien dan rational. Dikatakan efisien karena dengan penambahan *input*, maka *output* akan bertambah meskipun tambahannya (*marginal product*) mulai turun. Tetapi produksi totalnya tetap naik. Daerah ini sering disebut daerah kenaikan hasil yang semakin berkurang (*law of diminishing returns*).
- 3) Daerah III disebut in-efisien dan ir-rational. Dikatakan in-efisien dan ir-rational karena penambahan input akan menurunkan *output*.

3.2.3 Tingkat Elastisitas Produksi (EP)

- 1) $EP > 1$ artinya dengan penambahan *input* 1%, maka *output* akan naik lebih besar dari 1%.
- 2) $EP = 1$ artinya dengan penambahan *input* 1%, maka *output* akan naik sama dengan 1%.
- 3) $EP = 0$ artinya dengan penambahan *input* 1%, maka *output* tetap tidak naik dan tidak turun.
- 4) $EP < 0$ artinya dengan penambahan *input* 1%, maka *output* akan mengalami penurunan (negatif).

3.3 Alokasi *Input* yang Optimum

3.3.1 Syarat Alokasi *Input* yang Optimal

Alokasi *input* optimum dapat dikatakan sebagai kondisi yang menguntungkan, karena itulah mekanisme perhitungannya melakukan langkah berikut ini:

1. Optimum pasti menguntungkan ($\pi = TR - TC$; $TR = P \cdot Y$ dan $TC = r_x \cdot X$)
2. Proses derivasi keuntungan maksimum adalah:

Syarat alokasi input optimum:

$$\frac{\partial \pi}{\partial X} = \frac{\partial TR}{\partial X} - \frac{\partial TC}{\partial X} \quad \text{dimana } TR = P_y \cdot Y \quad \text{dan} \quad TC = r_x \cdot X$$

$$\frac{\partial \pi}{\partial X} = \frac{\partial P_y Y}{\partial X} - \frac{\partial r_x X}{\partial X} = 0$$

$$\frac{\partial \pi}{\partial X} = \frac{P_y \partial Y}{\partial X} - \frac{r_x \partial X}{\partial X} = 0$$

$$= P_y PM_x - r_x = 0 \quad \text{dimana } P_y = \text{harga output (N=nilai, value=V)}$$

$N \cdot PM_x = r_x$ atau $VPM_x = r_x$ inilah yang dikatakan syarat alokasi input optimum

Contoh: dari fungsi produksi diatas $Y = 9x^2 - x^3$. Apabila harga *input* Rp 27 dan harga *output* Rp 2, maka berapakan alokasi *input* yang optimum.

Diketahui : $P_y = \text{Rp.2,-}$ $r_x = \text{Rp.27,-}$ dan fungsi produksi $Y = 9x^2 - x^3$.

Ditaya : berapa alokasi input X yang optimum

Jawab :

Syarat optimum, $N \cdot PM_x = r_x$ boleh ditulis $P_y \cdot PM_x = r_x$

$$2 (18X - 3X^2) = 27$$

$$36 X - 6X^2 = 27 \quad \text{atau ditulis}$$

$$- 6X^2 + 36 X - 27 = 0$$

Penyelesaiannya dengan rumus acb, yakni: $x_i = \frac{-b \pm \sqrt{(b^2 - 4ac)}}{2a}$

dan dapat diketahui bahwa nilai $a = -6$ nilai $b = 36$ dan nilai $c = -27$

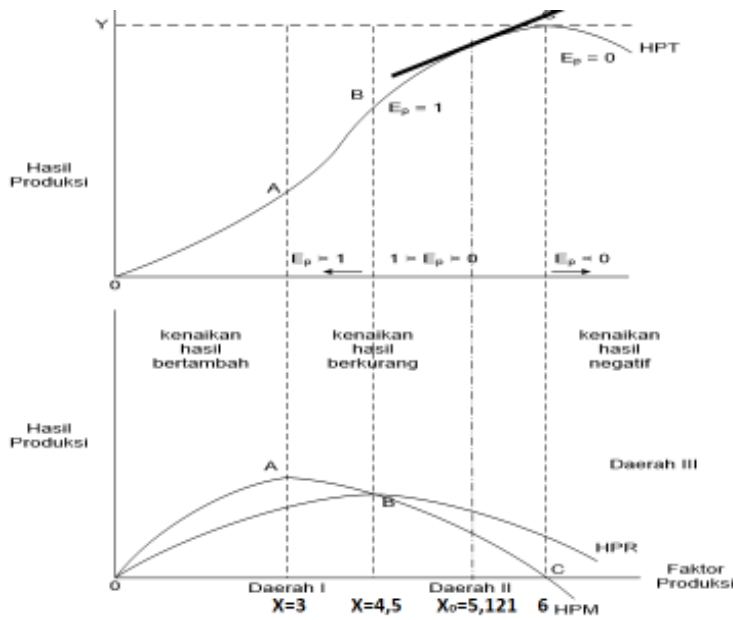
$$X_i = \frac{-36 \pm \sqrt{[36^2 - 4(-6)(-27)]}}{2(-6)}$$

$$X_i = \frac{-36 \pm \sqrt{[1296 - 648]}}{-12} = \frac{-36 \pm \sqrt{648}}{-12} = \frac{-36 \pm 25,454}{-12}$$

$$X_i = \frac{-36 - 25,454}{-12} = \frac{-61,454}{-12} = 5,121 \quad \text{dan} \quad X_i = \frac{-36 + 25,454}{-12} = 0,8788$$

Jadi input yang optimal adalah pada posisi 5,121 sebagai bukti menguntungkan, maka:

$$\begin{aligned} \Pi &= TR - TC && \text{dan } X_{\text{optimal}} = 5,121 \\ &= P_y \cdot Y - r_x \cdot X && \text{dimana } Y = 9X^2 - X^3 \rightarrow Y = 9(5,121)^2 - (5,121)^3 = 101,726 \\ &= 2(101,726) - 27(5,121) \\ &= 203,452 - 138,267 = \text{Rp } 65,185,- \end{aligned}$$



Jadi alokasi input X pada saat:

1. $PM_{\text{maksimum}} = 3$
2. $PR_{\text{maksimum}} = 4,5$
3. $PT_{\text{maksimum}} = 6$

Sedangkan alokasi input X yang optimum sebesar 5,121

3.3.2 Posisi Optimal ada 3 dan Upaya melakukan Posisi Optimal

Posisi produsen dalam melakukan alokasi optimal ada tiga kemungkinan, yaitu optimal, belum dan tidak optimal:

- 1) Optimal, yaitu apabila $\frac{N \cdot PM_x}{r_x} = 1$ maka alokasi *input* sudah tepat
- 2) Belum optimal, apabila pada $\frac{N \cdot PM_x}{r_x} > 1$ maka alokasi *input* kurang
- 3) Tidak optimal, apabila pada $\frac{N \cdot PM_x}{r_x} < 1$ maka alokasi *input* berlebihan

Belum optimal memberikan indikasi pada daerah I yang merupakan potensi untuk memaksimalkan keuntungan masih ada. Sedangkan pada posisi tidak optimal memberikan indikasi pada daerah III yang mencerminkan adanya posisi alokasi *input* overdosis (berlebihan) yang tentunya akan mengalami kerugian. Untuk itulah diperlukan upaya optimalisasi alokasi *input* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \frac{N.PM_x}{r_x} &= 1 \text{ dapat ditulis demikian,} \\ \frac{(NPM_x/PR)/PR}{r_x} &= 1 \text{ perlu diingat bahwa } \frac{PM_x}{PR} \text{ rumus elastisitas} \\ &\text{produksi (E}_p\text{)} \\ \frac{(N.E_p)/PR}{r_x} &= 1 \text{ perlu diingat bahwa } PR = \frac{Y}{X} \\ \frac{N.E_p}{PR} &= r_x \text{ perlu diingat bahwa } PR = \frac{Y}{X} \\ N.E_p \cdot r_x &= PR \text{ perlu diingat bahwa } PR = \frac{Y}{X} \\ N.E_p \cdot r_x &= \frac{Y}{X} \text{ Y dan X dalam bentuk rata-rata (average)} \\ &\text{alokasi input} \\ (N.E_p \cdot r_x) X &= Y \\ \text{Jadi: } X_{\text{optimal}} &= \frac{Y}{N.E_p \cdot r_x} X_{\text{optimal}} \text{ dapat dibandingkan dengan} \\ X_{\text{riil rata-rata}} & \end{aligned}$$

Selanjutnya yang perlu diingat bahwa elastisitas produksi (E_p) dapat dicari pada hasil analisis regresi biasa atau langsung menggunakan logaritma sebagaimana pada teori *cobb-douglas*. Karena pada teori *cobb-douglas* pangkatnya telah menunjukkan nilai E_p (Masyhuri, 2007:133).

3.3.3 Aplikasi Model Cobb-Douglas pada Fungsi Produksi

Fungsi produksi homogen dengan derajat satu bersifat *constant return to scale*.

Kalau $f(mK, mL) > mY$ disebut *increasing return to scale*.

Kalau $f(mK, mL) < mY$ disebut *decreasing return to scale*.

Khusus pada kasus fungsi produksi *Cobb – Douglas*: $Y = Ak^\alpha L^{1-\alpha}$ bersifat konstan *return to scale* $\alpha = w_k =$ elastisitas produksi modal $(1-\alpha) = w_L =$ elastisitas produksi tenaga kerja. Bentuk umum fungsi produksi type Cobb Douglas adalah $Y = A_{x1}^{b1} x_2^{b2} \dots x_n^{bn}$ dimana $b_i = w_i =$ elastisitas produksi x_i dan

$\sum_{i=1}^n b_i = 1$ disebut *constant return to scale*

$\sum_{i=1}^n b_i < 1$ disebut *decreasing return to scale* dan fungsi produksi *concave*

$\sum_{i=1}^n b_i > 1$ disebut *increasing return to scale* dan fungsi produksi *convex*

Bukti bahwa di dalam fungsi produksi *Cobb Douglas* nilai koefisien regresi adalah tingkat elastisitas produksi (E_p)

Bentuk yang paling sederhana $Y = aX^b$

Rumus elastisitas $E_p = \frac{dY}{dX} \cdot \frac{X}{Y}$

$$\begin{aligned} \frac{dY}{dX} &= f_1 = 0 \\ &= bAX^{b-1} \\ &= \beta \frac{Y}{X} \end{aligned}$$

Jadi $E_p = \beta \frac{Y}{X} \cdot \frac{X}{Y}$ sehingga diperoleh $E_p = \beta$ (terbukti)

Demikian nilai dari E_p adalah sama dengan 1 (satu), pembuktiannya sebagai berikut:

Fungsi *expantation path* $\frac{f_1}{f_2} = \frac{r_1}{r_2} \dots\dots\dots(1)$

$$f_1 = \beta AX_1^{B-1} X_2^\alpha$$

$$f_1 = \beta \frac{Y}{X_1} \dots\dots\dots(2)$$

$$f_2 = \alpha AX_2^{\alpha-1}$$

$$f_2 = \alpha \frac{Y}{X_2} \dots\dots\dots(3)$$

Saat substitusi 1, 2, 3

$$\beta \frac{Y}{X_1} = \frac{r_1}{r_2} \alpha \frac{Y}{X_2}$$

$$\frac{\beta X_2}{\alpha X_1} = \frac{r_1}{r_2} \quad \text{dimisalkan: Misalkan } \frac{X_2}{X_1} = Y \quad \text{dan} \quad \frac{r_1}{r_2} = X,$$

maka:

$$\frac{Y}{X} = \frac{\alpha}{\beta} \quad \text{dan} \quad X/Y = \frac{\beta}{\alpha} \quad \text{jika disubstitusikan pada elastisitas}$$

produksi (E_p) sehingga akan diperoleh:

$$E_p = \frac{\partial Y/Y}{\partial X/X} \quad \text{secara sederhana dapat dilakukan sebagai berikut:}$$

$$= \frac{\partial \left(\frac{X_2}{X_1} \right)}{\frac{X_2}{X_1}} \cdot \frac{f_1/f_2}{\partial (f_1/f_2)} \quad E_p = [dy/dx] [x/y] = \frac{\alpha}{\beta} : \frac{\beta}{\alpha} = 1$$

$$= \frac{\partial \left(\frac{X_2}{X_1} \right)}{\left[\frac{r_1}{r_2} \right]} \cdot \frac{r_1/r_2}{X_2/X_1}$$

$$= \frac{\alpha}{\beta} : \frac{\beta}{\alpha} = 1 \quad \text{(terbukti).}$$

3.4 Pola Produksi Berdasarkan Al-Qur'an

Menurut tafsir tematik “Pembangunan Ekonomi Umat” (2009), bahwa kegiatan produksi manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Manusia sebagai makhluk Allah yang diciptakan sebagai khalifah adalah untuk memakmurkan bumi, maka karena itu aktivitas pandangan Islam adalah “proses mencari, mengalokasikan, dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan *masalah* bagi manusia”.

Berkaitan dengan pola produksi ini, maka tujuan melakukan aktivitas produksi dalam perspektif Al-Qur'an adalah:

1) *Istihkaf*, “*Imarah* dan “*Ibadah*”

Tujuan produksi dalam Islam sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari tujuan diciptakannya dan diturunkannya manusia ke muka bumi, yaitu khalifah Allah di muka bumi (Q.S. Al-Baqarah: 30), pemakmur bumi (“*imaratul-ard*”) (Q.S. Hud: 61), yang diciptakan untuk beribadah kepada-Nya (Q.S. Az-Zariyat: 56) dan *Istihkaf* (pengganti). Dalam surah Al-Baqarah ayat 30: keputusan Allah ini “diprotes” oleh malaikat, dan dijawab oleh Allah “Sesungguhnya aku akan menciptakan khalifah di dunia”. Demikian penyampaian Allah SWT.

Sedangkan Tafsir Tematik (2009:232) kata khalifah setidaknya mempunyai tiga unsur kekhalfahan sekaligus kewajiban sang khalifah, sebagaimana tersirat dari ayat 30 di atas, yaitu (1) Adanya bumi atau wilayah kekhalfahan, (2) Adanya khalifah yang diberi mandat (dalam hal ini manusia) dan (3) Adanya hubungan antara khalifah dengan wilayah bumi yang ditundukkan untuk kepentingan manusia dan hubungannya khalifah dengan Allah.

Dengan ilmu pengetahuan inilah manusia kemudian dapat mengeksploitasi, mengolah dan memproduksi berbagai sumber daya di alam raya yang Allah peruntukkan dan menundukkan (*taskhir*) untuk kepentingan manusia. Kata *skhakhara* (menundukkan) dalam Al-Qur'an sebanyak 22 kali, yang kesemuanya mengandung arti kesiapan alam raya ini (langit dan bumi, matahari dan bulan, lautan dan daratan, siang dan malam, gunung dan pepohonan, air dan udara, dan seterusnya) untuk dikelola dan dimanfaatkan manusia sebagaimana telah disampaikan pada sub bab 1.1 sebagai contoh riil.

2) Kerja dan Produksi

Bekerja dan berusaha adalah salah satu perintah Allah. Dalam Al-Qur'an sebanyak 602 kata yang bermakna kerja, termasuk kata bentuknya, karena itulah dalam Islam termasuk agama yang “produktif” yang mendorong umatnya untuk berkarya. Bekerja dan memproduksi adalah keniscayaan hidup. Tanpa bekerja dan memproduksi, kehidupan akan terhenti. Oleh karenanya dalam Al-Qur'an kata beriman sering dibarengi dengan perintah amal saleh. Amal saleh ini mencakup semua amal keagamaan dan keduniaan sekaligus, yang dilakukan untuk mencari ridha Allah dan memberikan kemanfaatan bagi peradaban umat manusia.

Apresiasi Islam terhadap kerja dan karya itu, umat Islam tetap diperintahkan melakukannya pada hari Jum'at yang sebenarnya menjadi hari besar mingguan Islam, sebagaimana firman Allah pada surah Al-jumu'ah: 10; “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyaknya supaya kamu beruntung”.

Ajaran Rasulullah SAW untuk beramal meskipun di saat-saat terakhir dari kehidupan seseorang, atau bahkan sesaat sebelum berakhir dari kehidupan seseorang, atau bahkan sesaat sebelum berakhirnya kehidupan di dunia yang fana ini, Nabi Muhammad SAW bersabda: “Jika dari kiamat datang dan di tangan salah seorang di antara kalian sebutir biji (bibit pohon), maka

hendaklanya ia menanamnya”. Ini salah satu sunah Rasulullah SAW semangat atas kerja hingga hari akhir.

Kehidupan demikian, bekerja dan memproduksi dalam arti mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka memberikan kemanfaatan bagi peradaban umat manusia, haruslah berada pada koridor yang telah ditetapkan oleh Allah agar senantiasa sejalan dengan makna *istikhaf* (pengganti), ‘*imaratul-ard*, dan ibadah sebagaimana dijelaskan di atas. Karena pada hakekatnya, pemilik alam semesta beserta isinya hanyalah Allah semata. Manusia hanya wakil Allah dalam rangka memakmurkan dan mensejahterakan bumi. Kepemilikan manusia merupakan derivasi pemilikan Allah SWT. Untuk – termasuk dalam bidang produksi- tidak boleh bertentangan dengan ketentuan Allah yang Maha Memiliki. Sebab, Al-Qur’an yang menjadi dasar semua hukum Islam dengan tegas menyatakan bahwa alam semesta, Allah-lah pemilik mutlak segala sesuatunya (Q.S. Ali-Imran: 189; Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Maha Perkasa atas segala sesuatu)”, manusia hanya menjadi khalifah di muka bumi.

3) Faktor-Faktor Produksi

Masyhuri (2008) membahas tentang macam faktor produksi secara teori dibagi menjadi empat yaitu lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen. Faktor produksi lahan dan tenaga kerja sering disebut dengan *input* utama (*mother is input*). Sedangkan modal dan manajemen adalah hasil modifikasi dari *input* utama dan sering dikatakan sebagai kedua (*father is input*).

Lahan adalah sumber daya yang dipersiapkan untuk lebih awal, faktor produksi tenaga kerja (*labor*) merupakan faktor produksi yang penting untuk diperhatikan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan. Faktor produksi modal atau *capital* dibagi menjadi modal tetap seperti tanah, gedung, mesin-mesin, dan sebagainya yang

tidak habis dipakai dalam satu kali proses produksi. Sedangkan faktor produksi manajemen, manajemen sering dikaitkan dengan “seni” dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi pada suatu proses produksi.

Posisi manusia sebagai khalifah Allah dan pemakmur bumi memperkuat pentingnya faktor manusia dalam produksi dibandingkan faktor-faktor yang lain. Setelah mengutip surah Al-Baqarah: 30 dan surah Hud: 61 yang menjadi landasan konsep *istikhlaf* dan *imaratul-ard*, al Qaradawi menulis: Bumi (tanah) adalah lapangan dan medan, sementara manusia adalah pekerja giat dan sungguh-sungguh. Apa yang dikatakan para ekonom tentang faktor modal dan organisasi sebenarnya tidak keluar dari faktor “kerja” manusia. Organisasi dan sistem tidak lain adalah perencanaan dan arahan. Sedangkan modal dalam bentuk alat dan prasarana tidak lain dari hasil kerja manusia. Atas dasar itu kita lebih tepat mengatakan bahwa faktor yang paling penting dalam proses produksi adalah amal usaha yang dilakukan faktor manusia. Dengan amal usaha ini, bumi dan sumber daya alam yang lain, diolah dan dialokasikan serta diproses untuk diambil manfaat dan kebaikannya.

Meskipun demikian Al-Qur’an tidak berarti meremehkan faktor sumber daya alam sebagai salah satu faktor produksi. Begitu banyak ayat-ayat yang menyitir tentang sumber daya alam yang harus dikelola secara proporsional dan bertanggungjawab.

4) *Maslahah, Islah, dan Falah*

Proses dan aktivitas produksi dalam ekonomi termasuk dari bagian ibadah yang bersifat muamalah-horizontal yakni interaksi antar sesama manusia dan alam (lingkungan).

- a) *Maslahah* adalah kebenaran yang didukung oleh kejernihan akal pikiran sehingga kebenarannya tampak jelas ditinjau dari sisi mana pun, maka disitulah sebenarnya terdapat syariat, agama, ridha, dan perintah Allah.

- b) *Islah* adalah upaya perbaikan di dalam berbagai aspek kehidupan umat manusia, baik fisik maupun mental, seperti mengarahkan dan mengayomi anak yatim agar mereka bisa tumbuh dan berkembang secara wajar seperti pada Q.S. Al-Baqarah: 220 yang berisi tentang dunia dan akhirat.
- c) *Falah* adalah buah (keberuntungan) hasil karya jangka panjang dunia akhirat sehingga tidak hanya memandang aspek material, namun justru lebih ditekankan pada aspek spiritual. Karena itulah dalam pemanfaatan sumber daya alam ini harus ada aspek kelestarian lingkungan dan harus menjadi pertimbangan yang utama.

3.5 Relevansi Aktivitas Produksi Konvensional dan Islam

Atas dasar pembahasan di atas, maka relevansi aktivitas produksi antar pendekatan konvensional dan Islam cukup erat. Tingkat alokasi *input* yang tidak optimal akan menyebabkan posisi perusahaan dalam kondisi berimbang dalam arti antara kebutuhan keberadaan sumber daya alam yang tersedia. Bisa jadi pemanfaatan sumber daya dapat dilakukan secara besar-besaran tanpa memperhatikan aspek lingkungan dan mengejar keuntungan semata. Oleh karena itulah, pada bab ini peluang penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan teori keseimbangan (*balance*).

BAB IV
TEORI BIAYA, MANAJEMEN HARGA, DAN MODEL
TRANSAKSI SYARIAH (APLIKASI: *QORDHU HASAN*)

Pokok Bahasan	Teori biaya kajian secara konvensional terintegrasi dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui teori biaya yang dapat menghasilkan kurva penawaran (<i>supply curve</i> , 'S'), harga pokok penawaran (penjualan, 'H _{PP} '), harga di tingkat distributor, dan harga di tingkat konsumen baik secara konvensional maupun dari perspektif Islam untuk kemudian dianalisis, serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa memahami mekanisme terbentuknya harga pokok penjualan produk sehingga dapat ditentukan harga pilihan (<i>the choice</i>) yang menguntungkan secara syariah.
Peluang Riset	Mekanisme pilihan (<i>choice</i>) transaksi secara syariah dapat dilakukan melalui aplikasi riset integrasi yang dapat memunculkan perbedaan (<i>comparation</i>) praktek bank konvensional maupun bank syariah. Contoh aplikasi pada <i>Qordhu Hasan</i> dapat diteliti tingkat ke-NYAMAN-an konsumen dan keuntungan produsen (kasus pada Dhearis Motor).

4.1 Teori Biaya (*Cost*) dan Manajemen Harga

Biaya terbagi menjadi biaya tetap, biaya variabel (tidak tetap), biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marginal.

1. Biaya tetap (*fixe cost*, FC) adalah biaya yang besar kecilnya tidak mempengaruhi produksi secara langsung dalam jangka pendeknya, seperti pajak, bunga uang, sewa gedung, beli mesin, dan sebagainya.
2. Biaya variabel (*variable cost*, VC) adalah biaya tidak tetap yang mana besar kecilnya mempengaruhi produksi secara langsung, seperti bahan baku, gaji, dan sebagainya.
3. Biaya total (*total cost*, TC) merupakan penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.
4. Biaya rata-rata (*average cost*, AC) adalah biaya total dibagi dengan jumlah produksi.

5. Biaya marginal (*marginal cost*, MC) adalah perubahan biaya total akibat perubahan produksi yang dihasilkannya.

Data berikut ini diambil dari hasil penelitian mahasiswa sebagai berikut:

Q	FC	VC	TC	MC	AC
0	28	0	28	56	0
1	28	56	84	34	84
2	28	90	118	38	59
3	28	128	156		52

Keterangan:

Data diatas dapat dibuat fungsi biaya $TC = aQ^2 + bQ + c$

Saat $TC = 84$ maka $84 = a1^2 + b.1 + c$ atau $84 = a + b + c$ (1)

Saat $TC = 118$ maka $118 = 4a + 2b + c$ (2)

Saat $TC = 156$ maka $156 = 9a + 3b + c$ (3)

Pengurangan persamaan (2) - (1), maka:

$$118 = 4a + 2b + c$$

$$84 = a + b + c$$

$$34 = 3a + b$$
 (4)

Pengurangan persamaan (3) - (2), maka:

$$156 = 9a + 3b + c$$

$$118 = 4a + 2b + c$$

$$38 = 5a + b$$
 (5)

Pengurangan persamaan (5) – (4), maka:

$$38 = 5a + b$$

$$34 = 3a + b$$

$$4 = 2a \rightarrow a=2 \text{ dan nilai } b \text{ adalah } 38=5(2) + b, \text{ sehingga } b = 28$$

Untuk nilai c, diperoleh $118 = 4(2) + 2(28) + c$, maka $c = 54$. Oleh karena itu dapat disusun fungsi biaya sebagai berikut: **$TC = 2Q^2 + 28Q + 54$**

1) Fungsi biaya marginal (MC) adalah

$$MC = \frac{\partial C}{\partial Q} = \frac{\partial(2Q^2 + 28Q + 54)}{\partial Q} = 4Q + 28$$

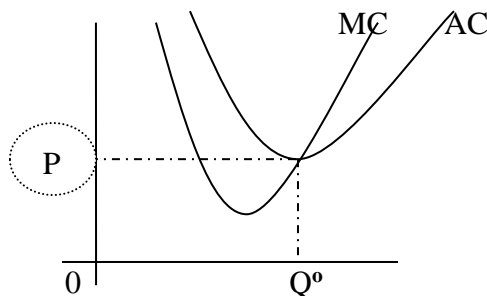
2) Fungsi biaya rata-rata (AC) adalah

$$AC = \frac{C}{Q} = \frac{2Q^2 + 28Q + 54}{Q} = 2Q + 28 + \frac{54}{Q}$$

3) Fungsi MC sama dengan AC akan muncul Q (*output*) optimum, yaitu *output* yang dihasilkan pada saat biaya rata (AC) terendah, hasilnya sebagai berikut:

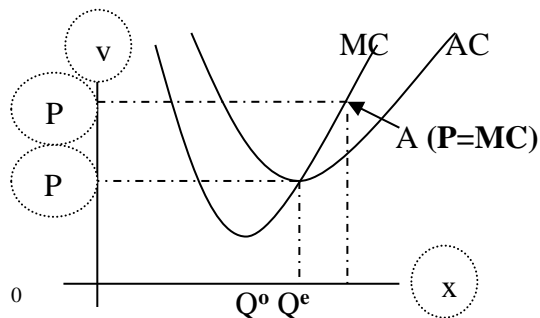
$$4Q + 28 = 2Q + 28 + 54/Q$$

$$2Q = 54/Q \text{ diperoleh } Q=5,2 \text{ (ini yang disebut dengan } output \text{ optimum (} Q^0 \text{))}$$



4) Pada saat Q_0 ditemukan, maka dapat ditemukan harga dasar (Pd) yaitu harga pada saat itu dapat dihitung total biaya (TC) dan total penerimaan (TR), rinciannya sebagai berikut:

- a. $Q_0 = 5,2$ apabila disubstitusikan pada $AC = 2(5,2)+28+54/(5,2)$
 - b. $AC = 48,8$ ini bisa dikatakan sebagai harga dasar (P^d) atau harga di tingkat perusahaan
 - c. Pada saat harga dasar ditemukan, maka kondisi tersebut dapat dikatakan sebagai titik impas yaitu $TR=TC$ atau $\Pi=0$ atau sering disebut sebagai titik Break Event Point (BEP).
 - d. Bukti BEP yaitu $TR = P.Q$ dimana $TR = 48,8 \times 5,2 = 253,5$ dan $TC = 2Q^2 + 28Q + 54$ didapat $TC = 2(5,2)^2 + 28(5,2) + 54 = 253,5$ (terbukti).
- 5) Pada saat telah terbuktikannya titik impas tersebut, maka harga dapat ditentukan yang menguntungkannya. Harga yang menguntungkan adalah pasti **diatas** harga dasar (P^d), maka dari itu yang menguntungkan adalah saat di titik P'' . Lihat gambar berikut:



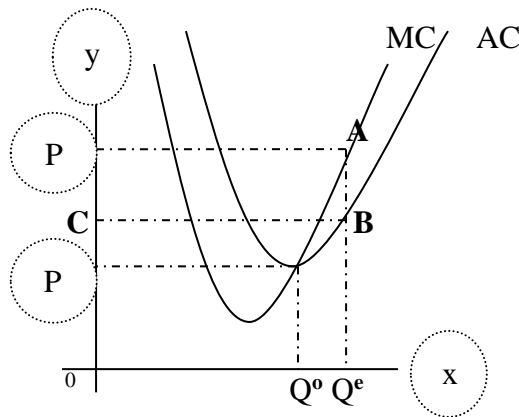
- 6) Bukti menguntungkan adalah

$$\Pi = TR - TC$$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial Q} = \frac{\partial (PQ)}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0$$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial Q} = \frac{\partial Q}{\partial Q} P - MC = 0, \text{ sehingga } MC = P$$

- 7) Dengan demikian dapat dikatakan bahwa syarat untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum adalah $MC=P$. Persis posisi pada titik A, jika ditarik garis ke bawah, maka muncul Q^e yang disebut sebagai *output* keseimbangan (*equilibrium output*).
- 8) Analisis grafik keuntungannya dapat dilihat dijelaskan pada grafik 1, yaitu penerimaan ditunjukkan oleh titik OQ^eAP'' dan total biaya ditunjukkan oleh OQ^eBC sehingga keuntungan ditunjukkan oleh $ABCP''$. Dapat juga dijelaskan bahwa harga pada titik P'' adalah harga di tingkat konsumen dan harga pada titik C adalah harga di tingkat distributor. Oleh karena itu, pada saat harga di titik C posisi perusahaan masih untung.



$TR = \Theta Q^e AP''$ $TC = \Theta Q^e BC$ <hr style="width: 50%; margin: 5px auto;"/> $\Pi = CBAP''$
--

Grafik: 1

- 9) Secara matematik, jika P'' ditentukan diatas harga dasar $P^d = 48,8$ misalkan Rp.50, maka keuntungannya dapat dicari dengan menggunakan syarat keuntungan maksimum yaitu $P = MC$. MC sama dengan kurva *supply* (lihat Masyhuri dalam buku Ekonomi Mikro).

Teladan:

Berikut ini hasil penelitian mahasiswa tentang manajemen produksi:

Q (jumlah produksi)	FC (<i>fixed cost</i>)	VC (<i>variable cost</i>)	TC (<i>total cost</i>)
0	70	10	80
1	70	15	85
2	70	20	90
3	70	35	105
4	70	65	135
5	70	90	160
6	70	100	170

Atas dasar data hipotesis di atas, maka carilah:

- a) Fungsi biaya total (TC)
- b) Fungsi biaya rata-rata (AC)
- c) Fungsi biaya marginal (MC)
- d) Nilai optimum *output* (OO)
- e) Harga dasar (Pd)
- f) Tingkat keuntungan (π)

Jawab:

Rumus fungsi $TC = aQ^2 + bQ + c$

$$90 = a(2)^2 + b(2) + c \Rightarrow 90 = 4a + 2b + c \quad (1)$$

$$105 = a(3)^2 + b(3) + c \Rightarrow 105 = 9a + 3b + c \quad (2)$$

$$\underline{-15} = -5a - b + 0 \quad \times (-) \quad (4)$$

$$15 = 5a + b$$

$$\Rightarrow 135 = 16a + 4b + c \quad (3)$$

$$\Rightarrow 105 = 9a + 3b + c \quad (2)$$

$$30 = 7a + b + 0 \quad (5)$$

$$30 = 7a + b$$

$$30 = 7(7,5) + b$$

$$\underline{15} = 5a + b \quad -$$

$$30 = 52,5 + b$$

$$15 = 2a$$

$$30 - 52,5 = b$$

$$a = 15/2 = 7,5$$

$$b = -22,5$$

$$\begin{aligned}
90 &= 4a + 2b + c \\
90 &= 4(7,5) + 2(-22,5) + c \\
90 &= 30 - 45 + c \\
90 &= -15 + c \\
90 + 15 &= c \\
c &= 105
\end{aligned}$$

a. Fungsi biaya total adalah $TC = 7,5 Q^2 - 22,5 Q + 105$

b. Fungsi biaya rata-rata adalah AC sebagai berikut:

$$\Delta C = \frac{TC}{Q} = 7,5 Q - 22,5 + \frac{105}{Q}$$

c. Fungsi biaya marginal adalah $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = 15 Q - 22,5$

d. Nilai optimum output adalah $MC = AC$ (lihat grafik)

$$15 Q - 22,5 = 7,5 Q - 22,5 + \frac{105}{Q}$$

$$7,5 Q = \frac{105}{Q}$$

$$Q^2 = \frac{105}{7,5} = 14 \quad \text{dan}$$

$$Q = \sqrt{14} = 3,7416$$

e. Nilai harga dasar P_d dicari melalui fungsi AC atau fungsi MC, berikut:

$$AC = 7,5 Q - 22,5 + \frac{105}{Q}$$

$$= 7,5(3,7416) - 22,5 + \frac{105}{3,7416}$$

$$= 28,062 - 22,5 + 28,062$$

$$= 33,624 \text{ inilah yang mencerminkan harga dasar } (P^d)$$

Bukti bawa nilai $AC=MC$

$$MC = 15 Q - 22,5$$

$$= 15(3,7416) - 22,5$$

$$= 33,624$$

f. Nilai keuntungan dapat dicari $\Pi = TR - TC$, misalkan saja harga pasar sama dengan Rp.60, yaitu harga yang berada pada Pd, sehingga keuntungan dapat dicari melalui fungsi MC, yakni:

$$MC = 15Q - 22,5$$

$$60 = 15Q - 22,5$$

$$82,5 = 15Q$$

$$Q = 82,5 / 15$$

$$Q_e = 5,5 \text{ (equilibrium output)}$$

$$TR = P \times Q$$

$$= 60 \times 5,5 = \text{Rp.}330$$

$$AC = 7,5Q - 22,5 + \frac{105}{Q}$$

$$= 7,5(5,5) - 22,5 + \frac{105}{5,5}$$

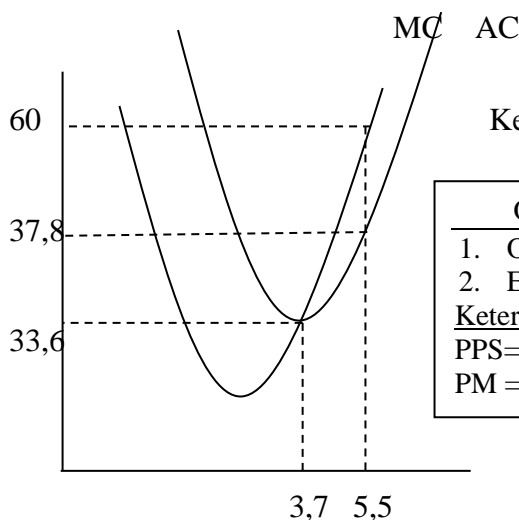
$$= 41,25 - 22,5 + 19,09$$

$$= 37,84 \text{ (bisa dikatakan harga ditingkat distributor)}$$

$$TR = 60 \times 5,5 = 330$$

$$TC = 37,84 \times 5,5 = 208,12$$

$$\text{Keuntungan } (\pi) = 121,88 \text{ (lihat gambar)}$$



Kesimpulannya:

OUPUT	PPS	PM
1. Optimum (Q^o)	MC=AC	MC=AC
2. Equilibrium (Q^e)	MC=P	MC=MR

Keterangan:
 PPS=pasar persaingan sempurna
 PM =pasar monopoli

4.2 Harga “ala” Rasulullah SAW

Shahabat datang kepada Rasulullah dari pasar untuk mengadu dalam melakukan intervensi Rasulullah pada harga barang yang melambung tinggi dan akhirnya ditolak Rasulullah dengan membiarkan harga terbentuk secara alami, artinya harga terbentuk atas kekuatan *supply* dan *demand*. Dengan demikian jelas dalam ekonomi Islam adalah jelas dan larangan orang kota menjual kepada orang desa (Badui) yang tidak mengetahui harga pasar. Hadits riwayat Ibnu Abbas, ia berkata, “Rasulullah SAW melarang pengecatan kafilah barang dan penjualan orang kota kepada orang desa (badui).” (Shahih Muslim No. 2798). Hadits riwayat Anas bin Malik, ia berkata, “Kami dilarang, seorang kota menjual kepada orang desa, meskipun saudaranya atau ayahnya.” (Shahih Muslim No. 2800).

Demikian juga larangan menjual barang sebelum diterima, Hadits riwayat Ibnu Abbas, bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Berasal membeli makanan, janganlah menjualnya sampai ia menerima dengan sempurna.” (Shahih Muslim No. 2807). Larangan berbohong dan menutupi cacat produk, Hadits riwayat Hakim bin Hizam, dari Rasulullah SAW beliau bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama belum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual-beli mereka. Dan jika mereka berbohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuskan keberkahan jual-beli mereka.” (Shahih Muslim no. 2825).

Untuk itulah, dalam ekonomi Islam setidaknya dibangun dengan memberikan pembeli kepuasan (ketenangan) dan kebanggaan atas harga. Rasulullah SAW juga menunjukkan pola bisnis berbeda dibanding bisnis lainnya. Bila pelaku bisnis lain mematok harga berdasarkan harga jual barang dagangan pesaing, maka tidak demikian dengan Rasulullah SAW. Ia memilih menceritakan berapa harga barang yang ia beli sebelumnya dan memberikan kebebasan bagi para pembelinya untuk memberikan keuntungan atas dirinya. Ini membuat pembeli mendapatkan kepuasan atas harga karena ia terbebas dari

penipuan harga. Di sisi lain, pembeli merasa bangga telah memberikan keuntungan kepada penjual, apalagi jika ia dengan ikhlas memberikan keuntungan yang lebih banyak. Setiap keuntungan, sedikit atau banyak, yang Rasulullah SAW dapatkan dari pelanggan diterimanya dengan suka cita. Ia tak pernah tergoda untuk bersegera mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya atas bisnis yang dijalankannya. Baginya, keuntungan sedikit dengan kuantitas penjualan yang banyak, pasti akan lebih menguntungkan dibanding dengan keuntungan yang diambil secara berlebihan di awal penjualan, tapi membuat jera para pembelinya kelak, hingga tidak lagi mau bertransaksi dengan dirinya.

4.3 Model Transaksi *Qardhu Hasan*: Studi Empirik pada “Dhearis Motor”

Definisi *Qardh* (Kebajikan), keterangan ini diambil dari buku HM. Dumairi Nor, H. Sufandi, Moh. Ma'mun Aly, Shofiyul Muhibbin, Tajul Arifin Billah, Abdul Wahid Rahbini, Ach, Cholil, Saiful Anwar. Diterbitkan oleh Pustaka Sidogiri, Pondok Pesantren Sidogiri Sidogiri Kraton Pasuruan Jawa Timur. ISBN: 978-979-26-0413-9

الْقَرْضُ: وَهُوَ تَمْلِيكُ الشَّيْءِ عَلَى أَنْ يَرُدَّ مِثْلَهُ.^{١١٤}

Qardh adalah memberikan (menghutangkan) harta kepada orang lain tanpa mengharap imbalan, untuk dikembalikan dengan pengganti yang sama dan dapat ditagih atau diminta kembali kapan saja penghutang menghendaki. Akad *qardh* ini diperbolehkan dengan tujuan meringankan (menolong) beban orang lain. Rukun *Qardh*:

وَأَرْكَانُهُ أَرْبَعَةٌ: الصِّيغَةُ وَالْمُقْرَضُ وَالْمُتَعَاقِدَانِ.^{١١٥}

Rukun *Qardh* ada empat, yakni (i) *Muqridh* (pemberi hutang); (ii) *Muqtaridh* (orang yang berhutang); (iii) *Muqtaradh/Ma'qud 'Alaih* (barang yang dihutang) dan (iv) *Shighat 'Ijâb qabul* (ucapan serah terima).

مِثَالُ الصَّيْغَةِ: وَيَحْصُلُ بِإِجَابِ «كَأَقْرَضْتُكَ هَذَا أَوْ مَلَكَتْكَهُ عَلَى أَنْ تَرُدَّ مِثْلَهُ أَوْ خُذْهُ وَرُدَّ بَدَلَهُ» وَقَبُولِ «كَأَقْتَرَضْتُهُ وَقَبِلْتُ قَرْضَهُ».^{١١٦}

Syarat *Qardh*; Syarat *Muqridh* (Pemberi Hutang)

وَيُشْتَرَطُ فِي الْمُقْرَضِ: أَنْ يَكُونَ مِنْ أَهْلِ التَّبَرُّعِ فِيمَا يُقْرَضُهُ. وَمُرَادُ الْمُؤَلَّفِ بِأَهْلِيَّةِ التَّبَرُّعِ فِي الْمُقْرَضِ أَهْلِيَّةُ التَّبَرُّعِ الْمُطْلَقِ أَي فِي سَائِرِ التَّصَرُّفَاتِ لِأَنَّهُ الْمُرَادُ عِنْدَ الْإِطْلَاقِ وَهِيَ تَسْتَلْزِمُ رُشْدَهُ وَإِخْتِيَارَهُ فِيمَا يُقْرَضُهُ فَلَا يَرُدُّ عَلَيْهِ السَّفِيهُ فَإِنَّهُ لَا يَصِحُّ إِقْرَاضُهُ مَعَ أَنَّهُ أَهْلٌ لِلتَّبَرُّعِ بَعْضُ التَّصَرُّفَاتِ كَصِحَّةِ الْوَصِيَّةِ مِنْهُ وَتَدْيِيرِهِ لِأَنَّهُ لَيْسَ أَهْلًا لِلتَّبَرُّعِ الْمُطْلَقِ.^{١١٧}

Pemberi hutang (*muqridh*) harus memenuhi kriteria:

1. *Ahliyat at-Tabarru'* (layak bersosial). Maksudnya adalah orang yang mempunyai hak atau kecakapan dalam menggunakan hartanya secara mutlak menurut pandangan syariat. Contoh: orang dewasa yang tidak menggunakan hartanya untuk sesuatu yang tidak bermanfaat dan hal-hal yang dilarang syariat, semisal membeli minuman keras, narkoba, dan lain sebagainya. Menurut syariat, anak kecil, orang gila, dan hamba sahaya (budak) tidak berhak untuk membelanjakan hartanya (bukan termasuk *ahliyat at-tabarru'*).
2. *Ikhtiyâr* (tanpa ada paksaan). *Muqridh* (pihak pemberi hutang) di dalam memberikan hutangan, harus berdasarkan kehendaknya sendiri, tidak ada tekanan dari pihak lain atau intervensi dari pihak ketiga.

Syarat *Muqtaridh* (Pihak yang Berhutang)

وَأَمَّا الْمُقْتَرِضُ فَإِنَّهُ يُشْتَرَطُ فِيهِ أَنْ يَكُونَ أَهْلًا لِلْمُعَامَلَةِ بِأَنْ يَكُونَ
بَالِغًا، عَاقِلًا، غَيْرَ مَحْجُورٍ عَلَيْهِ. ١١٨

Muqtaridh (pihak yang berhutang) harus merupakan orang yang *ahliyah mu'âmalah*. Maksudnya, ia sudah baligh, berakal waras, dan tidak *mahjur* (bukan orang yang oleh syariat tidak diperkenankan mengatur sendiri hartanya karena faktor-faktor tertentu). Oleh karena itu, jika anak kecil atau orang gila berhutang, maka akad hutang tersebut tidak sah, karena tidak memenuhi syarat.

Syarat *Ma'qud 'Alaih* (Barang yang Dihutang)

وَبَيِّنَ أَيْضًا أَنَّهُ يُشْتَرَطُ أَنْ يَكُونَ الْمَعْقُودُ عَلَيْهِ مِمَّا يَصِحُّ أَنْ يُسَلَّمَ فِيهِ
أَيُّ فِي نَوْعِهِ فَمَا صَحَّ السَّلْمُ فِيهِ صَحَّ إِقْرَاضُهُ وَمَا لَا فَلَا وَذَلِكَ لِأَنَّ
مَالَاً يَنْضَبُطُ أَوْ يَنْدُرُ وَجُودَهُ يَتَعَدَّرُ أَوْ يَتَعَسَّرُ رَدُّ مِثْلِهِ. ١١٩

Ma'qud 'Alaih (barang yang dihutang) harus merupakan sesuatu yang bisa diakad *salam*. Segala sesuatu yang sah diakad *salam*, juga sah dihutangkan, begitu juga sebaliknya.

Dhearis Motor adalah salah satu “pemilik” penulis yang mengaplikasikannya; model inovasi yang dilakukan adalah dengan menghutangkan lewat penjualan sepeda motor dengan satu harga di awal sudah diketahui oleh pembeli dan penjual. Misalkan, harga sepeda motor Rp.10.000.000,-, maka ada kesepakatan harga tersebut pembeli (yang berhutang) membayar uang muka 50% dari harga kesepakatan, yang 50% kekurangannya diangsur sesuai dengan kesepakatan baik besarnya dan lamanya mengangsur tanpa bunga dan denda saat tanggal pembayaran lewat waktunya. Hal inilah yang menjadikan konsumen muncul ketenangan dalam

melakukan transaksi, tentunya pemodelan ini dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dalam koridor tidak melanggar tatanan syariahnya.

4.4 Peluang Riset Manajemen Harga

Mahasiswa (pembaca) dapat melakukan riset dalam bentuk simulasi harga yang dilakukan oleh Dhearis Motor baik dalam pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Hasil survei awal menunjukkan bahwa antara pembeli dan penjual dengan model *qordh hasan* ini kedua-duanya saling diuntungkan dan ketenangan pembeli sangat terjaga.

BAB V

**ORGANISASI PASAR: PASAR PERSAINGAN SEMPURNA,
MONOPOLI, OLIGOPOLI, DAN MONOPSONI**

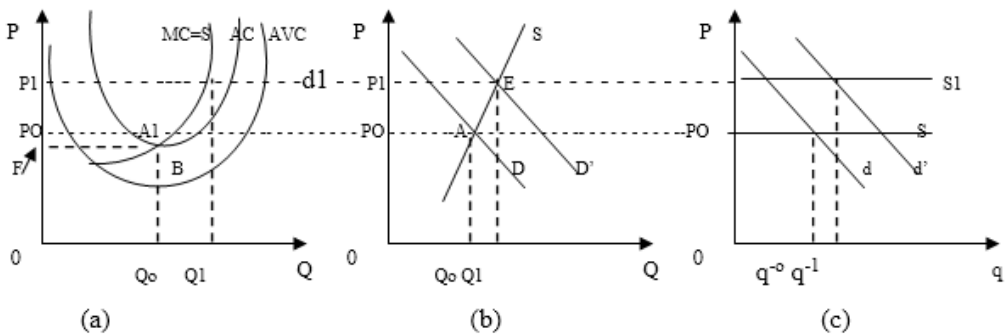
Pokok Bahasan	Analisis organisasi pasar
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui morfologi pasar secara konvensional dan syariah.
Tujuan Bahasan	Mahasiswa akan memahami terbentuknya pasar, lembaga pemasaran, dan pelaku pasar.
Peluang Riset	Analisis efisiensi pemasaran, margin pemasaran, elastisitas transmisi, <i>share</i> perolehan pelaku pemasaran, dan justifikasi morfologi pasar, serta rekomendasinya sesuai syariah.

5.1 Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)

Pasar Persaingan Sempurna (PPS) tidak mengenal kompetisi antar perusahaan karena kesempurnaan yang dimilikinya baik dari sisi produk, penjual, pembeli, maupun informasi yang dimiliki pembeli dan penjual. Pada PPS semua variabel ekonomi terutama tentang harga (*price*) ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar, dan bukan tindakan dari perusahaan. Lain lagi pada pasar global, cukup kompetitif perusahaan satu dalam menentukan produksinya masih menunggu reaksi dari perusahaan lain. Jadi, kebijakan-kebijakan perusahaan dilakukan dengan pertimbangan keberadaan perusahaan lain.

Ciri PPS adalah; (i) Jumlah penjual dan pembeli banyak, satu-satunya komponen yang dikuasanya hanyalah kuantitas barang, karena sering penjual maupun pembeli tidak bisa mempengaruhi harga; (ii) Barang homogen, yang dimaksud homogen adalah barang yang sama diproduksi oleh produsen lain. Sifat barangnya adalah substitusi sempurna dalam arti pergantian barang ke barang lain yang sejenis tidak menjadikan masalah pembeli. Standarisasi produk telah jelas dan diketahui secara bersama di pasar; (iii) Mobilitas sumber daya sempurna, artinya sumber daya (modal dan tenaga kerja) dengan mudah dapat berpindah dari usaha produksi yang satu ke usaha produksi yang lain

yang lebih menguntungkan (*free entry dan free exit*) baik bagi pembeli maupun penjual; dan (vi) Pengetahuan pembeli dan penjual sama (*perfect knowledge*), artinya semua penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna atau memperoleh informasi yang sempurna tentang keadaan pasar termasuk harga pasar yang terjadi, sehingga tidak ada penjual yang menjual dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau tidak ada pembeli yang membeli dengan harga yang lebih tinggi dan tidak ada sumber daya yang digunakan untuk memproduksi usaha produksi yang kurang menguntungkan daripada yang lain.



Gambar 5.1. : Tingkat Keseimbangan perusahaan (*firm*) (a), pasar (b), dan konsumen (c).

Keseimbangan terjadi di pasar pada titik A dengan harga P_0 dan jumlah barang Q_0 . Keseimbangan ini terbentuk jika jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta, yakni sebesar Q_0 . Atau merupakan titik perpotongan antara permintaan dan penawaran pasar. Permintaan pasar sama dengan jumlah permintaan individu konsumen (*consumer individual*) yang ada di lingkungan pasar tersebut. Penawaran pasar (*market supply* sama dengan *aggregate supply*), yakni jumlah penawaran produsen individual yang tidak lain adalah biaya marginal (*Marginal Cost; MC*). Dari segi konsumen penawaran elastis sempurna (*horizontal*), konsumen sebagai *free taker* (tidak dapat merubah harga). Dari segi produsen permintaan elastis sempurna (*horizontal*) produsen sebagai *price taker*. Pada saat harga di P_0 , maka keuntungannya yang merupakan selisih antara harga dengan AC dikalikan dengan jumlah barang adalah sama dengan luas segi empat P_0A_1BF .

Teladan:

Diketahui : $TC = 0,2 Q^2 + 9 Q + 27$ dimana harga output sebesar Rp. 14,-

Ditanya :

1. Carilah fungsi biaya rata-rata dan biaya marginal
2. Carilah *output* optimumnya
3. Carilah *equilibrium output*
4. Berapa keuntungan yang diperoleh produsen?
5. Buktikan bahwa jika produsen menjual di bawah atau di atas ekuilibrium, maka keuntungan yang diperoleh lebih rendah dibandingkan jawaban nomor 4.
6. Carilah fungsi *supply*

Jawab:

1. Fungsi biaya rata-rata (*average cost*): $AC = 0,2 Q + 9 + 27/Q$
Fungsi biaya marginal (*marginal cost*): $MC = 0,4 Q + 9$
2. Syarat output optimum adalah $MC = AC$; $0,2Q + 9 + 27/Q = 0,4Q + 9$
 $Q = 11,6$
3. Syarat equilibrium output adalah $MC = P$; $0,4Q + 9 = 14$ sehingga
 $Q = 12,5$
4. $\pi = TR - TC$
 $\pi = PQ - [0,2Q^2 + 9Q + 27]$; $\pi = 14(12,5) - [0,2(12,5)^2 + 9(12,5) + 27] =$
Rp. 4,25,-
5. Jika yang dijual $Q = 10$, maka $\pi = 14(10) - [0,2(10)^2 + 9(10) + 27] =$
Rp. 3,-
6. Jika yang dijual $Q = 15$, maka $\pi = 14(15) - [0,2(15)^2 + 9(15) + 27] =$ Rp.3,-
Terbukti bahwa produsen pada posisi *equilibrium output* ($Q=12,5$) tercapai, maka keuntungan maksimum ia peroleh, yakni sebesar Rp.4,25. Saat produsen menjual lebih rendah atau lebih tinggi, yakni $Q = 10$ dan $Q = 15$, maka keuntungan yang diperoleh produsen justru menurun.
7. Fungsi penawarannya adalah sama dengan MC, yakni $S = 0,4Q + 9$

Pada pasar persaingan sempurna tingkat harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu terjadi kekuatan *supply* dan *demand*. Secara individual perusahaan mau tidak mau harus menerima harga pasar karena *output* yang dihasilkan dan berapapun barang yang dijual tidak akan mampu mempengaruhi harga pasar. Atas dasar itulah, maka kurva permintaan yang dihadapi perusahaan secara individual berbentuk garis lurus (*horizontal*) (Gambar 5.2).

Penerimaan total (*total revenue*) perusahaan sama dengan jumlah *output* yang dikalikan harga jual ($TR = P \cdot Q$). Karena harga telah ditentukan pasar, maka penerimaan rata-rata (*average revenue*) dan penerimaan marginal (*marginal revenue*) adalah sama dengan harga. Secara matematik dapat dibuktikan sebagai berikut:

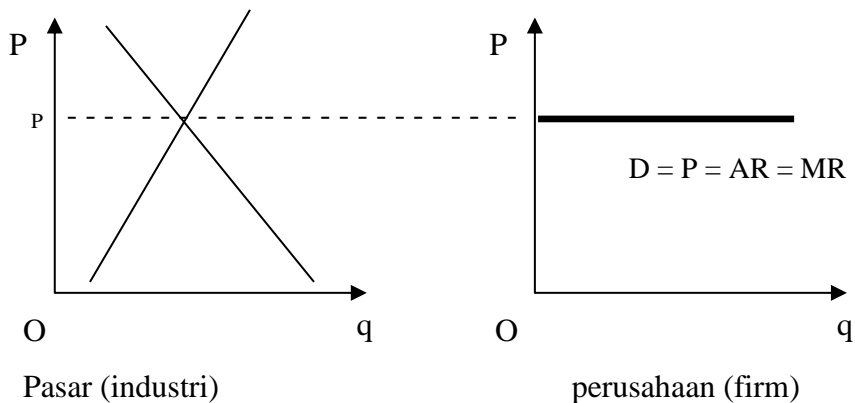
$$TR = PQ$$

$$AR = PQ / Q$$

$$AR = P$$

$$MR = d(TR) / dQ$$

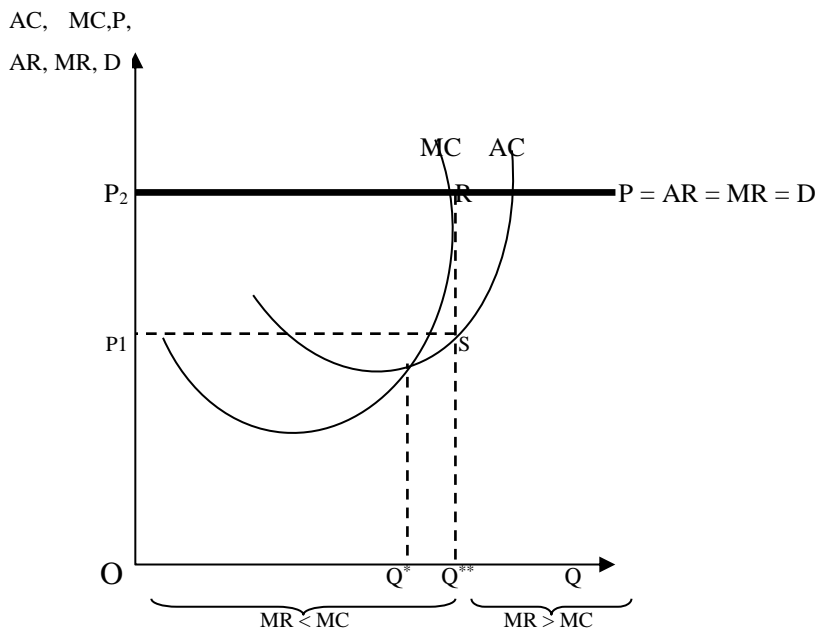
$$= d(PQ) / dQ = P, \text{ jadi, } D = P = AR = MR.$$



Gambar 5.2.: Terbentuknya harga pada Pasar Persaingan Sempurna (PPS) dan Kurva Permintaan Perusahaan (individual).

Pada keseimbangan jangka pendek hubungan keuntungan (*profit*) dan kurva permintaan (*demand curve*) ada 3 bentuk, antara lain:

1. Keseimbangan jangka pendek saat perusahaan untung, yang sering disebut dengan bentuk *supernormal profit*, sebagaimana pada gambar 5.3, yang ditandai dengan kurva AC naik (*AC increasing*) dan total penerimaan lebih besar daripada total biaya.

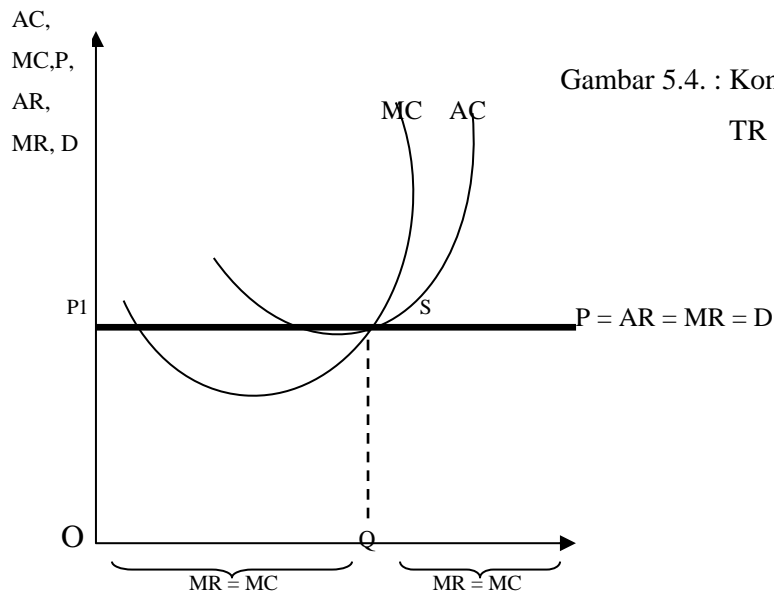


Gambar 5.3: Kondisi Kurva AC Naik (*Increasing*) ; $TR > TC$

Keterangan:

- Q^* = *output optimum*
- Q^{**} = $MR = MC$ atau bisa disebut sebagai *equilibrium output*
- AR = rata-rata penerimaan (*average revenue*)
- MR = penerimaan marginal (*marginal revenue*)
- Ciri dari AC naik adalah total penerimaan (TR) lebih besar dari pada total biaya (TC) pada gambar 5.3. $TR = OQ^{**}RP_2$ dan $TC = OQ^{**}SP_1$ sehingga keuntungan sama dengan P_1P_2RS

2. Keseimbangan jangka pendek saat perusahaan rugi yang disebut dengan bentuk *normal profit*, sebagaimana pada gambar 5.4. yang ditandai dengan total penerimaan sama dengan total biaya ($TR = TC$) atau sering dikatakan terjadi titik impas (*break even point*, BEP). Besarnya $TR = OQSP_1$ sama dengan $TC = OQSP_1$
3. Keseimbangan jangka pendek pada kondisi kerugian minimum (*minimum loss*), terjadi pada saat kurva AC mengalami penurunan (*decreasing*) sehingga total penerimaan lebih kecil dibandingkan dengan total biaya ($TR < TC$) (Gambar 5.5.). Besarnya penerimaan = $OQ^{**}RP_2$ lebih kecil dari pada $TC=OQ^{*}KP_2$

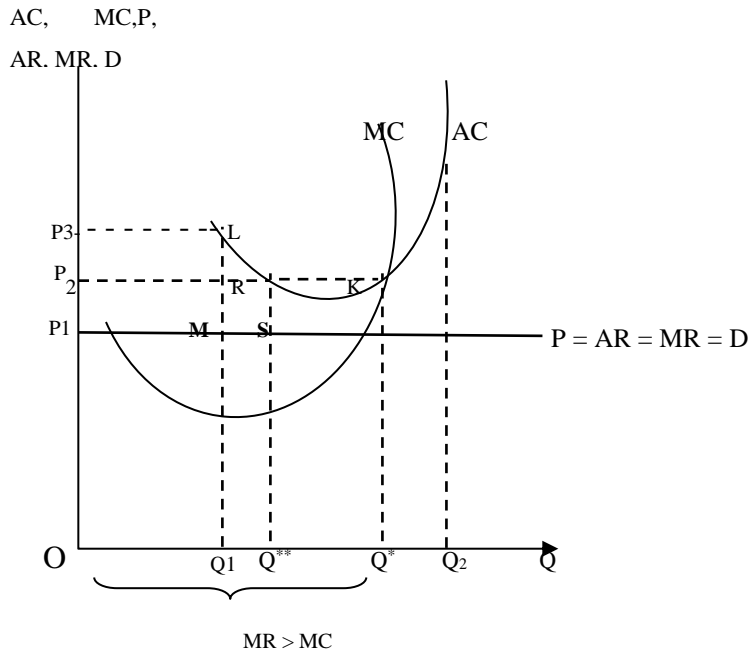


Gambar 5.4. : Kondisi Impas (BEP)
 $TR = TC$ AC constant

Keterangan:

- Q = output optimum, equilibrium output, dan $MR = MC$
- AR = rata-rata penerimaan (*average revenue*)
- MR = penerimaan marginal (*marginal revenue*)

Gambar 5.5. : Kondisi Rugi $TR < TC$ *AC decreasing*



Keterangan:

Q^* = output optimum ; Q^{**} = equilibrium output dan kerugian (loss) sebesar P_1P_2RS .

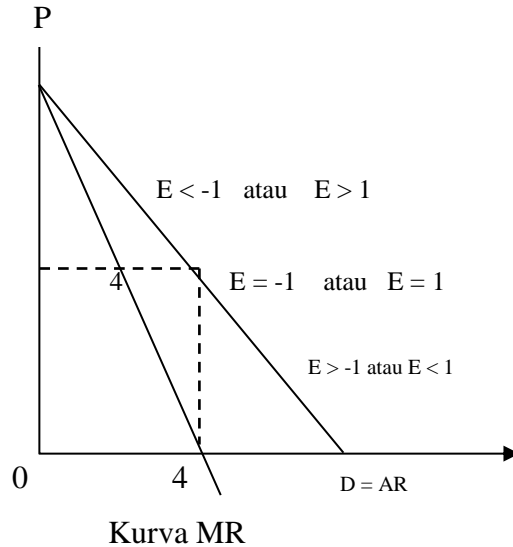
Saat produksi yang dihasilkan sebesar Q^{**} , maka kerugian yang diderita sebesar P_1P_2RS (minimum loss). Jika yang diproduksi kurang dari Q^* yaitu Q_1 , maka kerugian sebesar P_1P_3ML . ($P_1P_2ML > P_1P_2RS$). Demikian juga saat produksi Q_2 , kerugian akan semakin besar. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kerugian terkecil (minimum loss) saat Q^{**} , pengurangan dan penambahan produksi justru akan menyebabkan bertambahnya kerugian.

5.2 Pasar Monopoli

Ciri pasar monopoli adalah hanya ada satu penjual, tidak ada barang substitusi yang dekat, entry (masuknya usaha baru) sangat sukar. Adapun sebab-sebab terjadinya monopoli adanya hak paten, adanya hak yang diberikan pemerintah (peraturan) misalnya perusahaan listrik, telepon, dan sebagainya.

Sebab teknis yang wajar karena *economics of scale* (skala produksi yang besar lebih efisien) dan penguasaan bahan mentah.

Gambar 5.2. : Hubungan antara Harga, Barang, TR dan MR.



Marginal Revenue (MR) adalah tambahan penerimaan per kesatuan tambahan produksi.

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} \approx \frac{dR}{dQ}$$

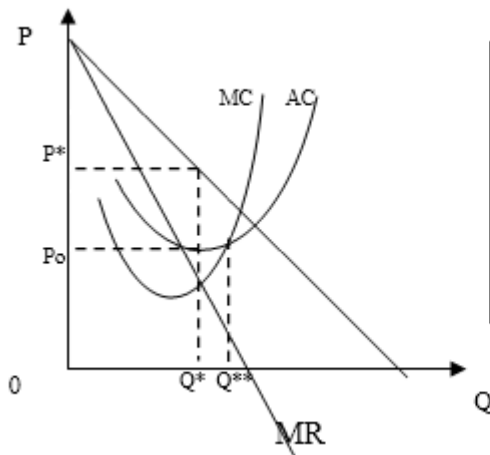
$$MR = \frac{dR}{dQ} = \frac{d(PQ)}{dQ} = \frac{dP}{dQ} a + \frac{dQ}{dQ} p$$

$$= \frac{dP}{dQ} Q + P = P \cdot \left(\frac{dP}{dQ} \frac{Q}{P} + 1 \right) = P \left(\frac{1}{E} + 1 \right) \text{ sehingga}$$

$$MR = P \left(1 + \frac{1}{E} \right), \text{ jika}$$

1. Permintaan elastis, maka $E < -1$; dimana $MR > 0$
2. Permintaan in-elastis, maka $E > -1$; dimana $MR < 0$
3. Permintaan elastis unitary elastis, maka $E = -1$; dimana $MR = 0$

Keseimbangan pada Pasar Monopoli



Gambar 5.2a. : Keseimbangan Pada Pasar Monopoli

- Q^{**} = output optimum ($MC=AC$)
- Q^* = output equilibrium($MR=MC$)
- Jadi syarat keseimbangan pada pasar monopoli adalah $MR=MC$

Mekanisme dari persyaratan keseimbangan pada pasar monopoli adalah dimulai dari keinginan *monopolist* yang selalu berorientasi keuntungan maksimum. Maksimalisasi dilakukan sebagai berikut:

$$\pi = R - C$$

$$\pi_{\max} = \frac{d\pi}{dQ} = 0 \quad \frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0$$

$$MR - MC = 0$$

Syarat pertama: $MR - MC = 0$

$$\frac{d^2\pi}{dQ^2} < 0 \quad \frac{d(MR)}{dQ} - \frac{d(MC)}{dQ} < 0$$

$$\frac{d(MC)}{dQ} < \frac{d(MC)}{dQ}$$

Syarat kedua:

$$\text{Slope } MR < \text{Slop } MC$$

Contoh:

$$C = 50 + 2Q^2 + 4Q$$

$$Q_d = 124 - P \quad \text{saat } P = 124 - Q \quad \text{maka } TR = PQ = 124Q - Q^2$$

$$\text{Sehingga } MR = 124 - 2Q$$

$$MC = 4Q - 4$$

$$MR = MC, \text{ maka diperoleh: } 124 - 2Q = 4Q - 4$$

$$120 = 6Q \text{ hasil akhirnya: } Q = \frac{120}{6} = 20 \text{ inilah yang disebut dengan } output$$

equilibrium, yaitu *output* yang diperoleh saat tercapai keseimbangan dan/atau saat tercapai keuntungan maksimum. Besarnya keuntungan maksimum adalah:

$$\text{Saat } P = 124 - Q = 124 - 20 = 104 \text{ sehingga } TR = PQ = 104 (20) = \text{Rp.2080}$$

$$\text{dan } C = 50 + 2Q^2 + 4Q = 50 + 2 (20)^2 + 4 (20) = 50 + 800 + 80 = \text{Rp. 930}$$

$$\text{sehingga keuntungan maksimum sebesar } \pi = TR - C = 2080 - 930 = \text{Rp.1.150}$$

Bukti: Bahwa dengan $Q=20$ keuntungan maksimumnya Rp.1.150, maka turunan keduanya adalah negatif, sebagaimana yang telah dijelaskan pada teori biaya.

Posisi *equilibrium* pada kondisi *decreasing output* bisa ditambah tetapi tidak bisa atau belum tentu mencapai keuntungan maksimum, yaitu *output equilibrium* (O^e) lebih kecil dibandingkan dengan *output optimum* (O^o) sedangkan yang konstan $O^e=O^o$.

Teladan:

Tabel 5.2: Daftar Jumlah Barang yang Diminta dengan Harga Barang (P)

Konsumen	Q	P	TC	TR	MC	MR	AC	Profit
A	4	108	360	732			90	12
B	5	104	430	520	70	88	86	90
C	6	100	510	600	80	80	85	90
D	7	96	600	672	90	72	85,71	72
E	8	92	700	700	100	54	87,50	26

Sumber: Angka Hipotesis

Langkah-langkah dalam penyusunan:

1. Menyusun fungsi permintaan (Q_d) rumus : $Q_d = a + bP$ (sloponya negatif)
2. Menyusun total penerimaan (TR) rumus : $TR = aQ - bQ^2$
3. Menyusun penerimaan marginal (MR) $\frac{d(TR)}{dQ} = 0$: $MR = a - 2bQ$
4. Marginal fungsi biaya (TC) rumus : $TC = aQ^2 + bQ + C$

(1) Fungsi permintaan (*demand function*) $Q_d = a + bP$ atau $Q_d = a - bP$
Konsumen A $\rightarrow 4 = a + b108$(1)

Konsumen B $\rightarrow 5 = a + b104$(2) _

$$-1 = 4b$$

$$b = -\frac{1}{4} \quad (\text{slop kurva penerimaan}) \dots\dots (3)$$

Substitusi : (1) dan (3)

$$4 = a + b108$$

$$4 = a + (-\frac{1}{4})(108)$$

$$a = 31$$

Jadi fungsi permintaan $Q_d = 31 - \frac{1}{4} P$

(2) Fungsi total penerimaan (*Total Revenue Function*)

$$TR = aQ - bQ^2$$

$TR = P \cdot Q$ untuk variabel P berapa, dapat dicari dari fungsi permintaan.

$$Q_d = 31 - \frac{1}{4} P \rightarrow P = 124 - 4Q.$$

$$TR = (124 - 4Q) Q$$

$$TR = 124Q - 4Q^2$$

(3) Fungsi penerimaan marginal (*Marginal Revenue, MR*)

$$MR = \frac{d(TR)}{dQ} = 0$$

$$MR = 124 - 8Q$$

Syarat keseimbangan adalah $MR = MC$, oleh karena itu, disusunlah fungsi biaya.

(4) Fungsi biaya disusun dengan rumus $TC = aQ^2 + bQ + C$

Jika $TC_A = 360$, maka $360 = a \cdot 4^2 + b \cdot 4 + C$

$$360 = 16a + 4b + C \dots\dots\dots(4)$$

Jika $TC_B = 430$, maka $430 = 25a + 4b + C \dots\dots\dots(5)$

Jika $TC_C = 510$, maka $510 = 36a + 6b + C \dots\dots\dots(6)$

Persediaan (4) & (5)

$$\begin{array}{r} 360 = 16a + 4b + C \\ 430 = 25a + 5b + C \quad - \\ \hline 70 = 9a + b \dots\dots\dots(7) \end{array}$$

Persediaan (5) & (6)

$$\begin{array}{r} 510 = 36a + 6b + C \\ 430 = 25a + 5b + C \quad - \\ \hline 80 = 11a + b \dots\dots\dots(8) \end{array}$$

Persediaan (7) & (8)

$$\begin{array}{r} 80 = 11a + b \\ 70 = 9a + b \quad - \\ \hline 10 = 2a \\ a = 5 \dots\dots\dots(9) \end{array}$$

Substitusi persamaan (9) ke (8)

$$\begin{array}{r} 80 = 11(5) + b \\ b = 25 \dots\dots\dots(10) \end{array}$$

Substitusi persamaan (10) ke persamaan (4)

$$\begin{array}{r} 360 = 16(5) + 4(24) + C \\ 360 = 180 + C \\ C = 180 \end{array}$$

$$\therefore TC = 5Q^2 + 25Q + 180 \text{ sehingga fungsi } MC = \frac{d(TC)}{dQ} = 10Q + 25$$

Syarat *Equilibrium* $MC = MR$

$$\begin{array}{r} 10Q + 25 = 124 - 8Q \\ 18Q = 149 \\ Q = 5 \frac{1}{2} \text{ disebut } \textit{Equilibrium Output} (O^e) \end{array}$$

Syarat *Optimum output* $MC = AC$

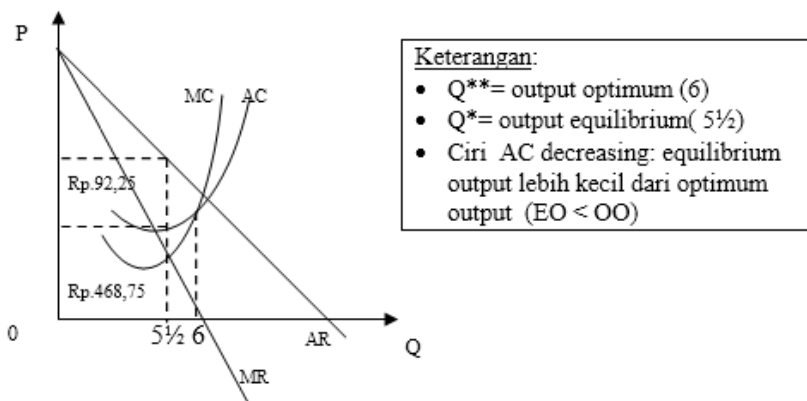
$$\begin{array}{r} 10Q + 25 = \frac{TC}{Q} \\ 25Q + 25 = \frac{5Q^2 + 25Q + 180}{Q} \\ 25Q + 25 = 5Q + 25 + \frac{TC}{Q} \\ Q = 6, \text{ ini disebut dengan } \textit{Optimum Output} (O^o) \end{array}$$

Output optimum lebih besar daripada equilibrium output maka keadaan disebut dengan *decreasing AC*, seperti pada gambar 5.2a. di atas.

Untuk mencari keuntungan maksimum adalah $TR = P \cdot Q$.

$$P = 124 - 4Q \text{ maka } P = 124 - 4(5\frac{1}{2}) = 102 \text{ jadi}$$

$$TR = 102 (5,5) = 561 \text{ sedangkan } TC = 5 (5,5)^2 + 25 (5,5) + 180 \\ = 468,75 \text{ sehingga keuntungannya sebesar Rp. 92,25 (Gambar 5.2b)}$$



Gambar 5.2b. : *Decreasing AC* penerima Rp.561, biaya Rp.468,75 dan keuntungan sebesar Rp.92,25.

Selanjutnya dua model pasar persaingan sempurna dan monopoli merupakan model yang ekstrem, yang satu jumlah penjual dan pembeli sangat banyak dan yang kedua hanya satu penjual. Dua model lainnya oligopoli dan persaingan monopolistik terletak diantara persaingan sempurna dan monopoli. Oligopoli ada beberapa penjual (lebih dari satu) tetapi tidak banyak monopoli *competition* penjual banyak tetapi barang tidak homogen.

5.3 Penelitian: Analisis Morfologi Pasar

Analisis morfologi (bentuk) pasar dapat dilakukan sebagaimana pada matrik berikut:

No.	Tujuan penelitian	Analisis data yang diperlukan
1	Lembaga Pemasaran	Deskripsi Alur Pemasaran
2	Dinamisasi Harga	Elastisitas Transmisi Harga
3	Efisiensi Harga	Margin Pemasaran
4	Struktur Pasar	Integrasi Pasar

A. Deskripsi pemasaran adalah alur barang dari produsen ke konsumen melalui lembaga-lembaga pemasaran yang efektif dengan teknik *snowball sampling*. Metode analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai saluran pemasaran kacang sanghai dari produsen ke konsumen di daerah penelitian.

B. Dinamisasi harga yang dianalisis dengan elastisitas transmisi harga. Untuk melihat hubungan elastisitas transmisi harga ditingkat konsumen dengan elastisitas transmisi harga ditingkat produsen, maka untuk melihatnya gunakan rumus:

$$\eta \frac{1}{1-b} \cdot \frac{Pf}{Pr}$$

dengan kriteria:

$\eta = 1$, berarti perubahan harga sebesar 1% ditingkat konsumen, akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% ditingkat produsen.

$\eta \neq 1$, berarti perubahan harga sebesar 1% ditingkat konsumen, akan mengakibatkan perubahan harga tidak 1% ditingkat produsen.

$\eta = 0$, berarti perubahan harga sebesar 1% ditingkat konsumen, akan mengakibatkan tidak terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat produsen.

Kaidah Uji:

Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, harga ditingkat produsen tidak selalu dipengaruhi harga ditingkat konsumen.

Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka H_1 diterima, harga ditingkat produsen dipengaruhi oleh harga ditingkat konsumen.

C. Efisiensi pemasaran yang dianalisis dengan margin pemasaran, analisis margin pemasaran digunakan untuk menghitung besarnya margin pemasaran dengan menggunakan rumus: $MP = Pr - Pf$

dimana:

P_r = harga tingkat konsumen

P_f = harga tingkat produsen

Sedangkan untuk menghitung *share* keuntungan lembaga pemasaran ke -i adalah sebagai berikut:

$$S_{ki} = \frac{K_i}{P_r - P_f} \times 100\% \quad K_i = P_{ji} - P_{bi} - \sum_{i=1}^n b_{ji}$$

dimana:

S_{ki} = *share* keuntungan lembaga pemasaran ke -i.

K_i = keuntungan pendapatan lembaga pemasaran ke -i.

P_{ji} = harga jual lembaga pemasaran ke -i.

P_{bi} = harga beli lembaga pemasaran ke -i.

B_{ji} = biaya lembaga ke -i.

Untuk *share* biaya lembaga pemasaran ke -i digunakan rumus:

$$S_{bi} = \frac{b_i}{P_r - P_f} \times 100\%$$

dimana:

S_{bi} = *share* biaya lembaga pemasaran ke -i.

b_i = biaya lembaga pemasaran ke -i.

P_r = harga ditingkat konsumen.

P_f = harga ditingkat produsen.

Berdasarkan analisis margin pemasaran tersebut, menurut Sudiyono (2002) akan diketahui:

- Perbandingan *share* keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat proses pemasaran apakah merata atau tidak merata (efisien atau tidak efisien).
- Perbandingan *share* keuntungan dengan biaya pemasaran. Untuk mengetahui pengaruh antara harga ditingkat konsumen dengan margin pemasaran diduga dengan persamaan linier, yaitu: $M = a + b.P_r$,

dimana:

M = margin pemasaran

a = intercept

b = koefisien regresi

Pr = harga ditingkat konsumen

Nilai b dicari dengan rumus:

$$b = \frac{\sum Pr \cdot M - \frac{(\sum Pr)(\sum M)}{n}}{\sum Pr^2 - \frac{(\sum Pr)^2}{n}}$$

Untuk mengetahui signifikansi atau tidak nilai (b) dilakukan uji t yaitu: besarnya t-hitung dapat dicari dengan rumus:

$$t - \text{hitung} = \frac{b}{seb} \text{ dimana:}$$

$$Seb = \frac{\frac{1}{n-2} \left\{ \sum M^2 - \frac{(\sum M)^2}{n} \right\} - b \left\{ (\sum Pr \cdot M) - \frac{(\sum Pr)(\sum M)}{n} \right\}}{\sum Pr^2 - \frac{(\sum Pr)^2}{n}}$$

Kaidah uji yang digunakan:

- Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ = terima H_0 , artinya harga ditingkat konsumen tidak berpengaruh terhadap margin pemasaran.
- Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ = terima H_1 , artinya harga ditingkat konsumen berpengaruh terhadap margin pemasaran (Djajan, 1984).

D. Struktur Organisasi Pasar yang Dianalisis dengan Integrasi Pasar

Analisis ini digunakan untuk melihat tingkat persaingan, analisis yang digunakan adalah analisis Integrasi Vertikal, yaitu untuk mengetahui hubungan antara harga ditingkat lembaga pemasaran ke $-i+1$ dengan lembaga pemasaran ke $-i$, dengan persamaan $P_i = a + bP_j$.

dimana:

P_j = harga pada lembaga pemasaran ke $-i+1$

P_i = harga pada lembaga pemasaran ke $-i$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan:

- Jika $b > 1$: mengarah pada pasar monopoli, penjualan dari lembaga pemasaran tingkat pasar yang satu, dengan pasar diatasnya.
- Jika $b = 1$: pasar berjalan bersaing sempurna
- Jika $b < 1$: mengarah pada pasar monopsoni, pembelian dari lembaga pemasaran tingkat pasar yang satu, dengan pasar diatasnya.

Untuk mengetahui signifikansi atau tidak nilai (b) dilakukan uji t, yaitu:

$H_0: b = 0$ = terima H_0 , artinya tidak terjadi integrasi

$H_1: b \neq 0$ = terima H_1 , artinya terjadi integrasi

Koefisien korelasi (r) adalah suatu penafsiran sampai seberapa jauh harga suatu kondisi pada suatu tingkat saluran $-i$, dipengaruhi oleh tingkat harga komoditi pada saluran ke $-i+1$. Menurut Sumodiningrat (1999), koefisien korelasi dihitung dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum x_i y_i - \frac{(\sum x_i)(\sum y_i)}{n}}{\sqrt{\left\{ (\sum x_i^2) - \frac{(\sum x_i)^2}{n} \right\} \left\{ (\sum y_i^2) - \frac{(\sum y_i)^2}{n} \right\}}}$$

Keterangan:

x_i = harga pada tingkat saluran ke $-i$

y_i = harga pada tingkat saluran ke $-i+1$

Nilai korelasi dapat menyatakan hubungan antara lembaga ke $-i$ dengan lembaga ke $-i+1$, yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

$r = 1$ atau mendekati 1, maka hubungan tersebut dikatakan kuat.

$r = -1$ atau mendekati -1, maka hubungan tersebut dikatakan lemah.

$1 < r < -1$, maka hubungan tersebut bisa dikatakan madya (sedang).

BAB VI
KESEIMBANGAN (*EQUILIBRIUM*) PENAWARAN
DAN PERMINTAAN

Pokok Bahasan	Analisis keseimbangan permintaan dan penawaran, baik secara grafik dan matematika, serta dampak adanya pajak dan subsidi.
Deskripsi Bahasan	Mahasiswa dapat mengetahui tingkat keseimbangan harga dan jumlah barang, terjadinya kelebihan penawaran (<i>exes supply</i>), dan kelebihan permintaan (<i>exes demand</i>).
Tujuan Bahasan	Mahasiswa akan memahami bekerjanya harga keseimbangan serta aplikasi keseimbangan untuk menganalisis bekerjanya kebijakan harga (<i>the price policy</i>) oleh pemerintah berupa harga dasar (<i>floor price</i>) dan harga atap (<i>ceeling price</i>).
Peluang Riset	Efektivitas bekerjanya kebijakan harga oleh pemerintah pada komoditas politis berupa gabah dan kedelai. Alasan utama pada “titik ungitnya” (problemnya) adalah adanya praktek IKHTIKAR = penimbunan untuk <i>buffer stock</i> .

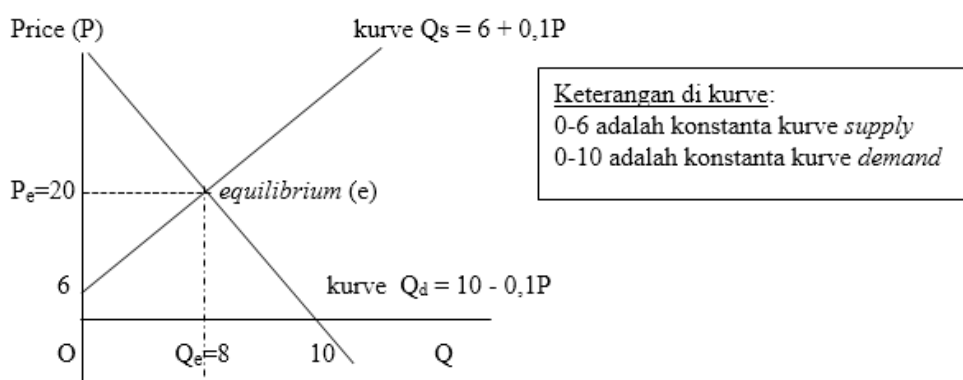
6.1 Fungsi Penawaran (supply, Q_s) dan Fungsi Permintaan (demand, Q_d)

Dalam buku Masyhuri, dkk. (2007-2017), disebutkan bahwa fungsi penawaran merupakan “alat” yang dipakai dalam membentuk teori penawaran yang menyatakan bahwa naiknya harga akan menyebabkan naiknya penawaran barang. Fungsi penawaran dalam bentuk fungsi linier: $Y = a + bX$ bisa dirubah menjadi fungsi penawaran: $Q^s = a + b P$. Contoh: $Q_s = 6 + 0,1 P$.

Fungsi Permintaan (*demand*, Q_d) sama seperti pada fungsi *supply*, yang membedakan adalah *slop* dari masing-masing fungsi tersebut. *Slop* pada fungsi penawaran positif dan *slop* pada fungsi permintaan negatif. Negatif dicerminkan pada teori permintaan, bahwa naiknya harga akan menyebabkan turunnya jumlah barang yang diminta dalam bentuk fungsi linier: $Y = a + bX$ bisa dirubah menjadi fungsi permintaan: $Q_d = a + b P$. Contoh fungsi permintaan menjadi $Q_d = 10 - 0,1 P$. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa

pengaruh kenaikan harga menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta sebesar 0,1 satuan. Kondisi semacam ini disebut dengan hukum permintaan (*the law of demand*).

Dari dua fungsi tersebut, maka muncul keseimbangan (*equilibrium*), yakni terjadi pada saat kurva permintaan sama dengan kurva penawaran, sehingga terbentuk harga dan jumlah barang keseimbangan (*equilibrium, e*). Pada saat fungsi penawaran: $Q_s = 6 + 0,1P$ dan fungsi permintaan: $Q_d = 10 - 0,1P$, maka posisi keseimbangan sebagai berikut:



Persamaan Q_s dan Q_d sebagai berikut:

$$Q_s = 6 + 0,1P$$

$$Q_d = 10 - 0,1P$$

$$\underline{\quad\quad\quad} -4 + 0,2P \text{ diperoleh } P = 20 \text{ sebagai harga keseimbangan}$$

(*Price equilibrium, P_e*) dan Q keseimbangan $Q_e = 8$.

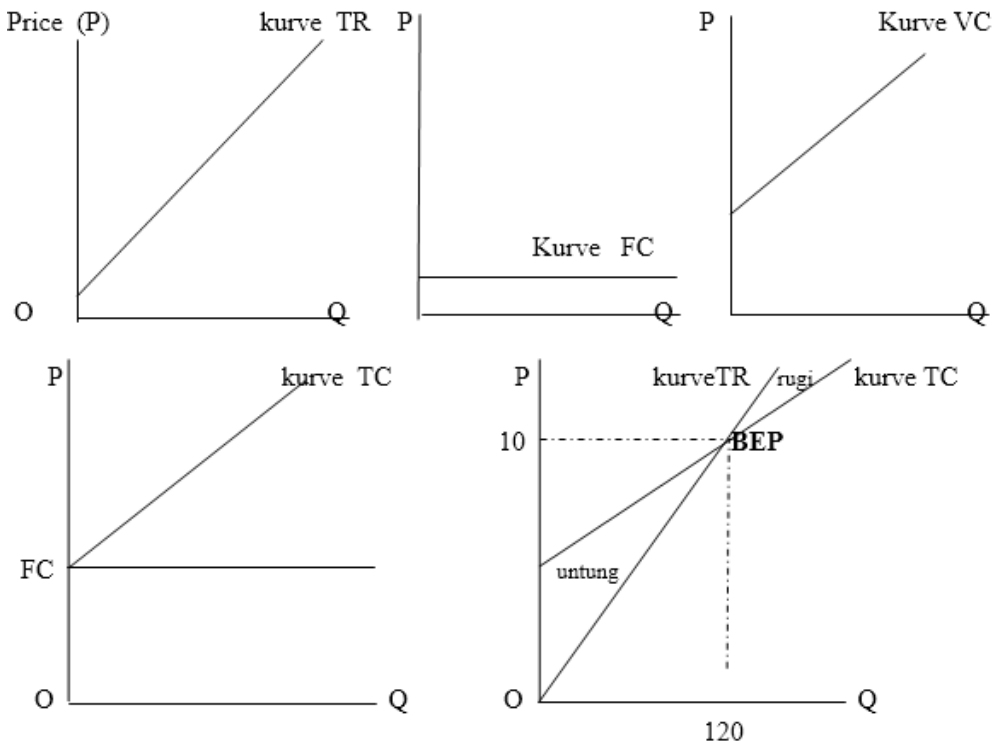
6.2 Analisis Break Event Point (Titik Impas)

Dari tabel 6.1. jumlah barang yang diminta dan harga barang di atas dapat dicari total penerimaan (*total revenue, TR*) sebagai berikut:

Tabel 6.1.: Jumlah Barang dan Harga Barang serta Total Penerimaan

Harga (<i>price, P</i>)	Jumlah barang yg diminta (Q^d)	Total Revenue (total penerimaan) ($TR=PQ$)
20	8	Rp.160
40	6	Rp. 240

Pada total penerimaan (TR) dapat dilakukan analisis BEP yaitu analisis yang menunjukkan posisi antara penerimaan sama dengan biaya total (*total cost*, TC). Biaya terdiri dari biaya tetap (*fixe cost*, FC), yaitu biaya yang tidak mempengaruhi produksi secara langsung seperti pajak, sewa gedung, beli mesin, bunga uang, dan biaya variabel (*variable cost*, VC), yaitu biaya yang mempengaruhi produksi secara langsung seperti pembelian bahan baku, upah, gaji, dan lainnya.



Dimisalkan biaya tetap sebesar Rp.600,- dan biaya variabel untuk setiap unit sebesar Rp.5,-, maka $VC = 5Q$ sehingga $TC = 600 + 5Q$. Apabila harga *output* (Q) sebesar Rp.10,-, maka Q dapat dicari sebagai berikut:

BEP adalah $TR = TC$

$$PQ = 600 + 5Q$$

$$10.Q = 600 + 5Q$$

Diperoleh $Q = 600/5 = 120$ (lihat gambar), pada saat harga sebesar Rp.10,- maka TR diperoleh Rp.1.200,- dan total cost (TC)-pun sebesar Rp.1200,- yang dibuktikan sebagai berikut: $TC = 600 + 5(120)$ didapat Rp.1.200,-

6.3 Keseimbangan: Teori Laba-laba (*Cob Webb Theorem*) dan *Price Policy*

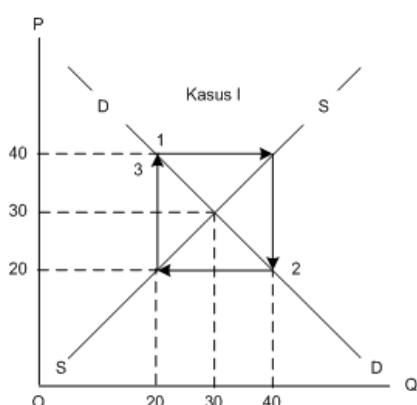
6.3.1 Keseimbangan dan Teori Laba-laba (*Cob Webb Theorem*)

Teori laba-laba ini menggambarkan mekanisme bekerjanya responsi produsen terhadap perubahan harga. Ada tiga bentuk mekanisme responsi, yaitu mengarah pada satu titik temu (*convergent*), menjauh dari titik temu (*disvergent*) dan berputar-putar tetap (*constant*).

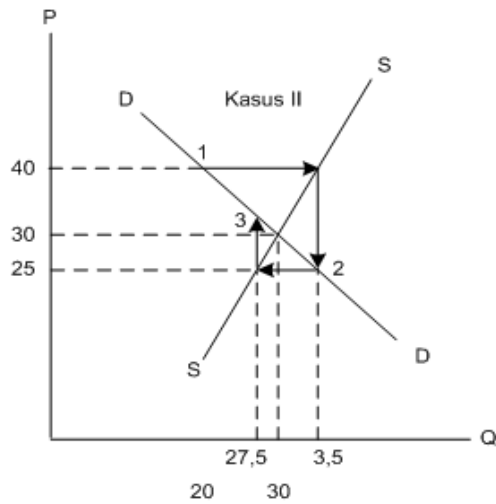
A. Responsi Harga pada posisi *Constant*: Kasus I

Posisi Harga	Σ Permintaan	Σ Penawaran	Terjadi	Akibatnya
Rp.40	20 kg	40 kg	<i>Exes Supply</i> (kelebihan penawaran)	Harga TURUN menjadi Rp.20
Rp.20	40 kg	20 kg	<i>Exes Demand</i> (kelebihan permintaan)	Harga NAIK menjadi Rp.40
..... dan seterusnya dengan besaran konstan ...		

Keterangan gambar pada Kasus I: *Constant*



B. Responsi Harga pada posisi *Convergent*: Kasus II



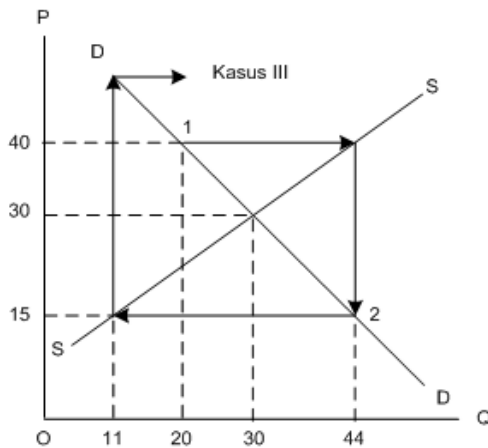
Posisi Harga	Σ Permintaan	Σ Penawaran	Terjadi	Akibatnya
Rp.40	20 kg	30,5 kg	<i>Exes Supply</i> (30,5-20 = 9,5 kg)	Harga TURUN menjadi Rp.25
Rp.25	30,5 kg	27,5 kg	<i>Exes Demand</i> (30,5 - 27,5 = 3)	Harga NAIK menjadi Rp.30,..
Rp.30,.. dan seterusnya dengan mengarah pada satu titik ...		

Keterangan gambar pada Kasus II: *Convergent*

Siklus harga yang mengarah pada titik keseimbangan disebabkan oleh adanya elastisitas permintaan yang lebih besar dibandingkan dengan elastisitas penawaran ($E_d > E_s$) dengan demikian harga yang berubah akan menuju pada harga yang seimbang.

C. Responsi Harga pada posisi *Disvergent*: Kasus III

Keterangan gambar pada Kasus III: *Disvergent*



Posisi Harga	Σ Permintaan	Σ Penawaran	Terjadi	Akibatnya
Rp.40	20 kg	44 kg	<i>Exes Supply</i> (44-20 = 24 kg)	Harga TURUN menjadi Rp.15
Rp.15	44 kg	11 kg	<i>Exes Demand</i> (44 - 11 =33)	Harga NAIK menjadi Rp.50,..
Rp.50,.. dan seterusnya	dengan menjauhi pada satu titik ...	

Siklus yang mengarah pada eksplorasi harga ini disebabkan oleh adanya elastisitas permintaan yang lebih kecil dibandingkan dengan elastisitas penawaran, sehingga harga yang berubah akan menuju pada harga yang makin jauh dari titik keseimbangan.

6.3.2 Mekanisme Kebijakan Harga (*Price Policy*)

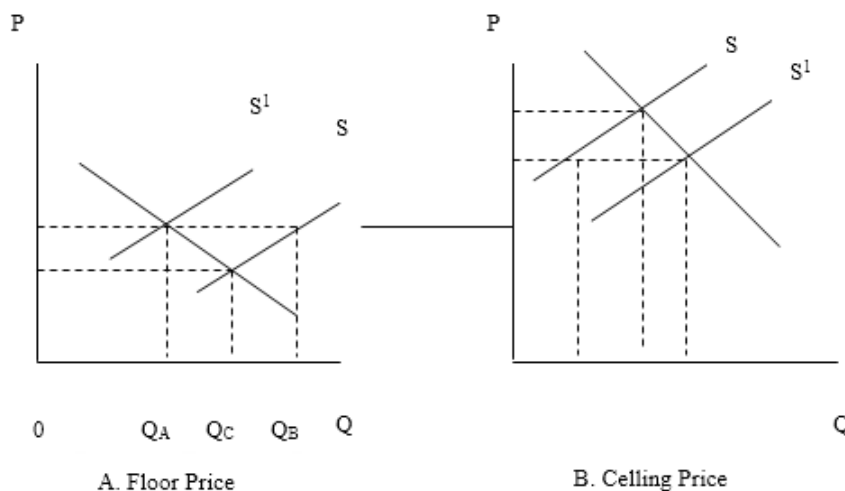
Keseimbangan dan kebijakan pemerintah pada harga komoditas politis, dikatakan komoditi politis karena komoditi ini berkaitan dengan bahan baku makanan pokok. Sejak pemerintahan orde baru komoditas politis ada tiga yaitu: gabah, jagung, dan kedelai. Saat ini yang masih nampak diaplikasikan adalah kebijakan pada harga gabah kering giling.

Kebijakan ini ada dua yaitu kebijakan harga dasar (*floor price*) dan harga atap (*ceiling price*). Tujuan secara umum kebijakan ini adalah untuk menjaga stabilitas harga pangan (beras), pada kebijakan harga dasar diberlakukan pada saat musim panen raya yang tujuannya untuk melindungi petani produsen dan kebijakan harga atap diberlakukan pada saat musim paceklik dengan tujuan melindungi konsumen.

Mekanisme penentuan kebijakan harga secara umum ditunjukkan pada gambar 6.3.2. dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Karena adanya panen raya (komoditas politis) harga berada dibawah harga pokok. Agar tidak mempengaruhi stabilitas nasional, pemerintah turut campur tangan dengan menetapkan kebijakan harga dasar yang bertujuan melindungi produsen.
2. Posisi harga dasar ada di atas harga keseimbangan, akibatnya terdapat kecenderungan penjual (produsen) yang ingin menjual barangnya lebih banyak, sedangkan pembeli akan membeli barang lebih sedikit. Hal ini menyebabkan terjadinya kelebihan penawaran (*exes supply*) yang membawa kecenderungan harga turun kembali.
3. Agar kebijaksanaan ini dapat berjalan dengan efektif, pemerintah perlu memandang kebijaksanaan lain yang mendukung *floor price*, yaitu dengan jalan memberi kebijaksanaan pengadaan pangan (menyerap kelebihan *supply*) yang biasanya dilakukan oleh Badan urusan logistik (Bulog), yaitu sebesar $Q_a - Q_b$.
4. Pada saat musim tanam (musim peceklik) harga beras cenderung tinggi sehingga mengakibatkan tidak berjalannya harga tersebut oleh sebagian besar konsumen. Agar hal ini dapat dihindarkan, maka pemerintah turun tangan yang bertujuan melindungi konsumen.

5. Kondisi harga atap berada di bawah keseimbangan. Akibatnya, ada kecenderungan konsumen membeli barang lebih banyak sementara penjual cenderung menjual barang lebih sedikit. Hal ini menyebabkan terjadinya kelebihan permintaan (*exes demand*) yang mengakibatkan adanya daya jadi yaitu sebesar $Q_D - Q_g$
6. Adanya celah antara *floor price* dengan *ceiling price* dimaksudkan agar tetap terjadi aktivitas jual beli yang masih menguntungkan tanpa adanya campur tangan dari pemerintah.



Gambar 6.3.2: Mekanisme bekerjanya *Price Policy*

6.4 Aspek Syariah: Peluang Penelitian *Ikhtikar* (Penimbunan)

Ekonomi Islam tidak menghendaki adanya penimbunan karena hukumnya haram pada satu sisi, di sisi lain mekanisme kebijakan harga pasar gabah sebagai komoditas politik harus dilakukan penimbunan yang “bungkus” dalam istilah *buffer stock* (persediaan pangan) yang akan dikeluarkan saat musim kurang pangan melalui operasi pasar yang biasanya dilakukan hari Jum’at. Kenyataan menarik untuk diteliti dari sudut pandang yang holistik, sehingga akan ditemukan relevansi antara ekonomi Islam dan konvensional.

6.5 Permintaan dan Penawaran dalam Perspektif Islam

Harga dikatakan stabil bila jumlah penawaran dan permintaan seimbang. Adapun bila penawaran menurun, sedangkan permintaan tetap (tidak bergeser), maka hal ini akan menyebabkan naiknya harga, sehingga jumlah permintaan menurun, dan bila permintaan menurun, sedangkan penawaran tetap, hal ini akan berdampak pada turunnya harga. Ibnu Khaldun mencatat bahwa menurunnya permintaan berdampak pada menurunnya harga, hal itu dikarenakan barang tersebut tersedia setiap saat di pasar (kuantitas penawaran lebih besar), hal ini berpengaruh pada tingkat *margin* / keuntungan pedagang, dan keuntungan yang terlalu kecil akan membuat produsen dan distributornya malas untuk bekerja. Intinya adalah Ibnu Khaldun menyarankan agar masyarakat tetap menjaga keseimbangan penawaran dan permintaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Bergesernya Angka Permintaan dan Penawaran

Dalam kitab *Muqaddimah* nya, Ibnu Khaldun membahas beberapa sebab mengenai turunnya penawaran, diantaranya adalah:

a) Ikhtikar

Ikhtikar atau penimbunan barang. Ibnu Khaldun menyatakan: “*Ikhtikar (menimbun barang dengan maksud menjualnya pada saat harga mahal) itu perbuatan tercela dan perbuatan ikhtikar akan berdampak pada lenyapnya harta tersebut, sebabnya adalah –wallahhu’alam- dikarenakan manusia itu membutuhkan bahan makanan pokok, dan tentunya mereka akan mengorbankan harta dan apa pun yang ia bisa untuk mendapatkan kebutuhan pokok tersebut, dan hal ini barangkali akan mendorong orang melakukan apa yang disebut oleh Allah SWT sebagai “memakan harta manusia secara batil”. Dalam kondisi ini seseorang bisa jadi mirip seperti keadaan mukroh “orang yang terpaksa”. Adapun selain makanan dan bahan kebutuhan pokok, maka masyarakat tidaklah membutuhkannya secara pokok, dan mereka tidak*

mengorbankan hartanya untuk memperolehnya kecuali dengan keadaan ikhtiyar (lapang dan tidak terpaksa) dan juga disertai keinginan.”

Ibnu Khaldun membagi ikhtikar ke dalam tiga macam; (i) Menimbun barang dengan maksud untuk dijual di daerah lain dimana di daerah tersebut permintaan terhadap barang yang bersangkutan lebih tinggi; (ii) Menimbun barang pada saat harga memburuk (turun drastis di bawah standar), untuk di jual kembali pada saat harga sudah stabil dan (iii) Menimbun barang di saat harga stabil dengan maksud untuk menaikkan harga barang tersebut, bentuk ikhtikar ini adalah yang tidak diperbolehkan. Ibnu Khaldun memandang bahwa negara harus turun tangan ketika ada pihak yang melakukan penimbunan barang, dalam hal ini negara boleh memaksa kepada pelaku penimbunan barang untuk menjual barang yang ditimbun dengan harga standar.

Negara tidak diperbolehkan untuk mencampuri urusan harga di masyarakat (baik menaikkan harga atau menurunkan harga) kecuali dalam beberapa kondisi tertentu. Islam sangat mengecam perbuatan ikhtikar, dalam sebuah hadits *“Barangsiapa yang mencampuri suatu hal dari urusan harga kaum muslimin dengan tujuan untuk membuat mahal harga di kalangan mereka, maka pada hari kiamat wajib bagi Allah untuk mendudukkan orang tersebut dengan tulang dari api”*.

b) Negara Melakukan Perdagangan Jenis Komoditi yang Diperdagangkan oleh Rakyat

Ibnu Khaldun memandang bahwa dalam keadaan tertentu negara tidak sebaiknya melakukan perdagangan terhadap jenis komoditi yang diperdagangkan oleh rakyat, sebab hal itu akan merusak keseimbangan harga, dimana dalam hal ini rakyat atau para pedagang bersaing dengan negara sebagai pedagang raksasa, dan juga di sisi lain negara juga berperan sebagai pembuat kebijakan. Hal ini kemungkinan besar akan berakibat pada menurunnya harga komoditas para pedagang, selanjutnya berakibat pada

penurunan produksi dan perdagangan oleh masyarakat yang tentunya berimbas pada berkurangnya penerimaan pajak atau cukai negara. Sisi negatif lainnya adalah para pedagang akan kehilangan mata pencaharian mereka. Oleh sebab itu, Ibnu Khaldun mengatakan bahwa perdagangan yang dilakukan oleh penguasa akan berdampak buruk bagi masyarakat dan juga pendapatan negara. Rasulullah SAW bersabda, *tidak akan adil seorang penguasa yang melakukan tjiarah (perdagangan) di tengah-tengah rakyatnya.*

c) Persediaan yang Berlimpah

Ibnu Khaldun menyatakan, *“Setiap orang itu memperhatikan kebutuhan bahan-bahan makanan pokoknya, untuk dirinya, keluarganya dan orang-orang yang menjadi tanggungannya, dan mereka umumnya menyimpan cadangan persediaan makanan mereka untuk jangka waktu bulanan atau bahkan satu tahun atau lebih, karena setiap orang mempunyai persediaan yang cukup maka harga-harga makanan pokok tersebut menjadi murah, kecuali dalam beberapa keadaan tertentu, semisal rusaknya bahan makan pokok tersebut dikarenakan oleh bencana alam”*, dalam pemaparannya tersebut, Ibnu Khaldun menyatakan bahwa persediaan yang berlimpah berpengaruh terhadap murahnya harga.

Spesialisasi profesi dan pembagian kerja, Ibnu Khaldun menyatakan: *“Keramaian suatu daerah berdampak pada kemakmuran daerah tersebut, hal itu dikarenakan seseorang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, dan mereka saling tolong-menolong dalam memenuhi kebutuhannya, keperluan yang dihasilkan dengan ta’awun antar kelompok diantara mereka bisa memenuhi kebutuhan orang banyak. Makanan pokok dari gandum misalnya, seseorang tidak bisa menghasilkannya sendirian, seumpama enam atau sepuluh orang membagi pekerjaan dalam menanam gandum (diantara mereka ada yang tukang besi, membajak sawah, menanam benih, dsb) dan pekerjaan mereka itu menghasilkan sejumlah gandum, maka sebenarnya jumlah kuantitas gandum tersebut melebihi berlipat kali kebutuhan gandum*

mereka. Pekerjaan yang dilakukan secara berjama'ah akan membuahakan hasil melebihi kebutuhan pokok mereka.”.

“Pada umumnya, seseorang yang sudah mahir dalam satu profesi atau pekerjaan, maka jarang sekali dia akan mempunyai kemahiran yang sama dalam profesi lainnya. Kemahiran pekerjaan juga bergantung pada fitrah dirinya. Semakin berkembang budaya di suatu kawasan dan semakin ramai penduduknya, maka tuntutan untuk kehidupan yang lebih makmur semakin tinggi. Hal itu akan berdampak pada meningkatnya angka produksi dan permintaan, sebagaimana dikatakan “kebutuhan adalah pangkal penemuan hal baru”.

Analisa Ibnu Khaldun tentang pembagian jenis pekerjaan jauh lebih mendahului Adam Smith, dimana dalam pernyataannya tersebut Ibnu Khaldun menghubungkan antara spesialisasi profesi individu dengan pembagian kerja dan juga antara pembagian kerja dan produksi, dan juga pernyataannya bahwa pembagian kerja adalah keperluan sosial yang bersifat darurat dan tabiat kehidupan, sehingga ta'awun sangat ditekankan.

Melalui pembagian pekerjaan, maka kecukupan terhadap komoditi kebutuhan pokok akan terealisasi, dan akan berdampak pada meningkatnya angka kemakmuran dan kesejahteraan (*surplus income*), dimana hal ini berdampak pada meningkatnya angka permintaan masyarakat terhadap kebutuhan tersier (*kamaliy*) seperti kebutuhan terhadap kendaraan mewah, *travelling*, dsb. Seringkali kebutuhan terhadap barang mewah juga menuntut kebutuhan baru, sebuah pabrik mobil tidak bisa menghasilkan sendiri semua onderdil yang dibutuhkan, hal ini akan membuka produksi baru dan berdampak pada perubahan siklus ekonomi masyarakat tersebut, dan juga pendapatan negara melalui cukai atau pajak akan bertambah. Karena produksi yang semakin meningkat, maka produsen akan mengekspor ke daerah lain, sehingga *income* bertambah, dan optimalisasi terhadap setiap unsur produksi juga meningkat.

d) Pengaruh Biaya Transport terhadap Kuantitas Penawaran

Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa ada dua cara untuk menghasilkan keuntungan, pertama dengan menyimpan barang sampai harga di pasar setempat meningkat, atau dengan cara menjualnya ke kawasan lain dimana harga komoditi di kawasan tersebut lebih tinggi dibanding daerah asal, oleh sebab itu maka perdagangan regional maupun non-regional itu terealisasi jika ada perbedaan yang berarti.

Ibnu Khaldun mengatakan bahwa jenis barang yang akan diekspor atau diimpor hendaklah barang yang jenisnya standar (*wasath*), bukan barang mewah yang hanya bisa dimiliki oleh golongan atas, sebab hal itu terlalu sedikit peminatnya, sehingga keuntungan juga sedikit dibanding biaya transport. *Sample* dalam mengukur jenis kebutuhan manusia adalah golongan tengah mereka.

Ibnu Khaldun menghubungkan antara keuntungan ekspor dengan kemungkinan resiko yang dihadapi dalam ekspor, "*Mengekspor barang dari satu negeri ke negeri lainnya lebih berisiko bagi pedagang, tetapi juga lebih menjanjikan keuntungan yang lebih besar*". Sebagaimana beliau juga menghubungkan antara kuantitas penawaran dengan kemungkinan resiko dan biaya transport, "*Komoditi perdagangan yang diekspor menjadi sedikit dan langka karena jauhnya jarak tempuh dan besarnya resiko, sehingga pengeksportnya sedikit dan keberadaannya langka. Jika barang itu langka maka harga barang itu mahal, adapun jika jarak tempuhnya itu dekat dan risikonya kecil maka akan banyak orang yang membawa komoditi ke tempat tersebut, sehingga jumlahnya banyak dan harganya menjadi murah*".

Dari pemaparan tersebut dapat dipahami bahwa Ibnu Khaldun jauh melampaui pemikiran para ekonom konvensional. Hal yang perlu kita ketahui adalah bahwa perdagangan internasional umat Islam berperan penting dalam penyebaran Islam di berbagai penjuru dunia.

e) Pengaruh Pajak atau Cukai terhadap Kuantitas Penawaran

Ibnu Khaldun menyatakan bahwa jika jumlah pajak atau cukai yang harus dibayarkan ke negara itu kecil, maka orang akan lebih giat dalam bekerja, sehingga lapangan pekerjaan semakin ramai dan bertambah, akibatnya penawaran pun bertambah, dan pajak negara juga bertambah. Jika jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh pekerja itu dirasa berat oleh mereka, maka mereka menjadi enggan untuk bekerja, sehingga penawaran produksi menurun, dan harga menjadi naik, dan pendapatan negara dari pajak juga menurun. Ibnu Khaldun juga merumuskan bahwa diantara tanda akan runtuhnya sebuah negara adalah pungutan pajak yang terlalu tinggi yang dibebankan kepada rakyat. Pungutan pajak yang dirasa berat akan menurunkan dan menghambat kuantitas produksi.

f) Tingkat Pendapatan Masyarakat

Dalam pasal lain, Ibnu Khaldun juga mencatat bahwa tingkat pendapatan seseorang itu mempengaruhi gaya hidupnya, dan gaya hidup yang berlebihan menyebabkan hajat (permintaan / *tolab*) menjadi tinggi. Jika permintaan tinggi maka harga naik. Oleh karena itu, beliau menyarankan agar seseorang bahkan masyarakat menjaga keseimbangan gaya hidup, sebab keadaan tidak seimbang antara permintaan dan penawaran adalah hasil dari permintaan yang tinggi yang tidak sebanding dengan penawaran, dimana hal ini akan berdampak pada ketatnya persaingan antar pembeli untuk memperoleh barang tersebut dan tentunya meningkatnya harga barang. Ibnu Khaldun mencatat bahwa mahalnnya harga itu karena tiga hal, yakni (i) Gaya hidup mewah yang berdampak pada banyaknya hajat atau keperluan; (ii) Mudahnnya memperoleh kebutuhan pokok di daerah tersebut, sehingga para pekerja merasa gengsi untuk bekerja dengan upah yang murah dan (iii) Lingkungan hidup yang tergolong mewah, sehingga permintaan tenaga kerja meningkat, dan upah mereka menjadi mahal, upah yang mahal tentunya berimbas pada harga barang, yang selanjutnya berimbas pada permintaan dan penawaran.

Berkaitan dengan permintaan, Imam Asy-Syaibani menjelaskan beberapa kriteria dalam mengkonsumsi barang, beliau membuat perumpamaan sebagai berikut: (i) Jika seseorang mengkonsumsi sekedar untuk menjaga hidupnya dan dengan niat agar ia mampu menjalankan ketaatan, maka ia mendapatkan pahala dan tidak berdosa; (ii) Jika ia mengkonsumsi sampai batas kenyang, maka itu mubah, dan ia akan dihisab dengan hisab yang ringan; (iii) Jika ia mengkonsumsi sampai tingkat syahwat dan karena mencari kelezatan (tidak melebihi di atas kenyang), maka ia dihisab atas sikap berlebihannya itu, dan ia dituntut untuk bersyukur serta memberikan hak orang yang lapar, dan (iv) Sedangkan konsumsi yang melebihi di atas kenyang itu tidak diperbolehkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdullah Muhammad bin Yazid al-Qazwini Ibnu Majah. (2013). *Ensiklopedia Hadits: Kutubussittah, Sunan Ibnu Majah* Jilid 1-8. Jakarta: Almahira.
- Ahmad bin Hanbal. (2008). *Al-Musnad*. Beirut: Dar al-Kutub Al-Ilmiyyah.
- Al-Asqollani, Ibnu Hajar. (1998). *Al-Matholib Al-Aliyah* (Dar Al-Ashimah).
- Asy-Syaibani, Muhammad bin Hasan. (1997). *Al-Kasb*. Beirut: Dar Al-Basyair Al-Islamiyyah.
- Dumairi, HM, Nor, dkk. (2007). *Ekonomi Syariah Versi Salaf*. Pasuruan: Pustaka Sidogiri (Pondok Pesantren Sidogiri Sidogiri Kraton Pasuruan).
- Ibnu Kahldun, Abdurrahman bin Muhammad. (1984). *Muqaddimah*. Beirut: Dar al-Qolam.
- Ibnu Katsir, dkk. (2015). *Ensiklopedia Sejarah 25 Nabi dan Rasul* Jilid 1-7. Jakarta: Dhani Jaya Abadi.
- _____. (2015). *Ensiklopedia Sejarah 25 Nabi dan Rasul*. Jakarta: PT. Widya Lestari Abadi.
- Jami', Ahmad. (1979). *Al-Alaqot al-Iqtishodiyah ad-Dauliyyah*. Kairo.
- Karim, Adiwarmanto. (2002). *Ekonomi Mikro Islam*. Indonesia: The International Institute of Islamic.
- Masyhuri. (2007). *Dasar-Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- _____. (2007). *Teori Ekonomi Mikro*. Malang: UIN Maliki Press.
- _____. (2015). *Dekontruksi Ekonomi Islam yang Terukur*. Malang: UIN Maliki Press.
- _____. (2016). *Ekonomi Singkong*. Malang: CV. Media Sutra Atiga.
- _____. (2017). *Ekonomi Manajerial*. Malang: CV. Media Sutra Atiga.

- _____. (2017). *Matematika Ekonomi*. Malang: CV. Media Sutra Atiga.
- Muhammad As-Sayyid Yusuf, dkk. (2010). *Ensiklopedia Metodologi Al-Qur'an* Jilid 1-6. Jakarta: PT. Kalam Publika.
- Muhammad Syafi'i Antonio dan Tim Tazkia. (2012). *Ensiklopedia Peradaban Islam: dari Mekkah Hingga Negara Cina Muslim* Jilid 1-10. Jakarta: Tazkia Publishing.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPF.
- Nabilah Lubis, dkk. (2011). *Ensiklopedia Nabi Muhammad SAW* Jilid 1-10. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Qodir, Al-Jailani. (1971). *Al-Hunnyah*. Juz II hal.280. Libanon: Etablie par Mohamad Ali Boydouth.
- _____. (2014). *Pengetahuam Islam Kontemporer* Jilid 1-6. Jakarta: PT. Pustaka Dinamika.
- Shihab, M Quraish. (2010). *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. (Edisi yang disempurnakan). Kementerian Agama RI. Jakarta: Lentera Abadi.
- _____. (2011) *Tafsir Al-Misbah* Jilid 1-15. Jakarta: Lentera Hati.
- _____. (2012). *Tafsir Al-Qur'an Tematik*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI Tahun 2010. Jakarta: Aku Bisa.
- Ulwan, Abdullah Nasih. (2012). *Ensiklopedia Pendidikan. Akhlak Mulia. Panduan Mendidik Anak Menurut Metode Islam* Jilid 1-10. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Zaglul An-Najjar, dkk. (2012). *Ensiklopedia Mukjizat Ilmiah Al-Qur'an dan Hadits* Jilid 1-5. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.

GLOSARIUM

1. **Aktivitas Produksi** : Merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.
2. **Barang Komplementer** : Merupakan barang yang kegunaannya saling melengkapi satu sama lain. Tanpa adanya satu barang, maka barang yang lainnya akan mengalami penurunan fungsi atau bahkan tidak dapat digunakan sama sekali.
3. **Barang Substitusi** : Merupakan barang pemuas kebutuhan manusia yang saling menggantikan fungsinya dengan sempurna. Dengan kata lain apabila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang lainnya.
4. **Biaya Marginal** : Peningkatan biaya total yang berasal dari produksi satu unit output produksi.
5. **Biaya Tetap** : Pengeluaran bisnis yang tidak bergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis tersebut.
6. **Biaya Variabel** : Biaya yang berubah secara proporsional dengan aktivitas bisnis.
7. **Ekonomi Global** : Secara umum merujuk ke ekonomi yang didasarkan pada ekonomi nasional semua negara di dunia. Ekonomi global juga dapat dipandang sebagai ekonomi masyarakat global dan ekonomi nasional – yaitu ekonomi masyarakat setempat, sehingga menciptakan satu ekonomi global
8. **Ekonomi Klasik** : Secara umum dianggap sebagai aliran modern pertama dalam sejarah pemikiran ekonomi.
9. **Elastisitas Penerimaan** : Perubahan dalam permintaan sebagai akibat dari perubahan dalam pendapatan.
10. **Elastisitas Permintaan** : Mengukur seberapa besar kepekaan perubahan jumlah permintaan barang terhadap perubahan harga.

11. Kapitalisme : Sistem ekonomi di mana perdagangan, industri dan alat-alat produksi dikendalikan oleh pemilik swasta dengan tujuan memperoleh keuntungan dalam ekonomi pasar.
12. Kebijakan Harga : Keputusan mengenai harga-harga yang akan ditetapkan pada suatu produk tertentu yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu
13. Keseimbangan (*Equilibrium*) : Suatu kondisi di mana jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta.
14. Konsumen : Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
15. Kurva indiferen : Merupakan kurva yang menggambarkan keadaan dimana konsumen tidak memiliki pilihan lain selain kombinasi barang tersebut.
16. Pasar Monopoli : Suatu jenis pasar yang hanya terdapat satu penjual yang menguasai seluruh penawarannya. Pada pasar ini tidak ada pihak lain yang dapat menyainginya, sehingga menjadi monopoli murni.
17. Pasar Persaingan Sempurna : Suatu pasar di mana jumlah penjual dan pembeli sangat banyak dan produk atau barang yang ditawarkan atau dijual sejenis atau serupa.

INDEKS

- Aktivitas Produksi, 58, 71, 74-75
- Alokasi Input yang Optimal, 58, 65
- Analisis Morfologi Pasar, 101
- Barang Komplementer, 38-39
- Barang Substitusi, 38, 39
- Biaya Marginal, 76-78
- Biaya Rata-rata, 76-78
- Biaya Tetap, 76
- Biaya Total, 76-77,
- Biaya Variabel, 76
- Distribusi Pendapatan, 40-42
- Ekonomi Global, 28
- Ekonomi Klasik, 24-25
- Ekonomi Sosialis, 26
- Elastisitas Penerimaan, 50
- Elastisitas Permintaan, 49, 57
- Fungsi Permintaan, 36-38, 41, 106
- Kapitalisme, 24, 26
- Kebijakan Harga, 49, 52, 111-113
- Keseimbangan (*Equilibrium*), 25, 106
- Komparasi Teori Ekonomi, 48
- Konsumen, 29, 39, 44
- Kurva Indiferen, 30
- Kurva Permintaan, 35-37
- Manajemen Harga, 76, 88
- Model Transaksi Qordhu Hasan, 85
- Organisasi Pasar, 104
- Pasar Monopoli, 95, 97
- Pasar Persaingan Sempurna, 89, 92, 101
- Penawaran (*Supply*), 25, 113
- Pendekatan Ordinal, 29-30
- Permintaan (*Demand*), 25, 106-108
- Struktur Pasar, 101
- Teori Biaya, 76
- Teori Konsumsi, 29, 48
- Teori Produksi, 58, 60
- Tingkat Elastisitas Produksi, 65, 69

TENTANG PENULIS



Dr. Ir. H. Masyhuri, MP. Bin Machfudz adalah spesialis pengampu matakuliah Metodologi Penelitian, – Matematika Ekonomi, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Ekonomi Mikro Islam dan Makro Islam, serta Ekonomi Manajerial.

Penelitian yang dilakukan penulis pada kurun waktu 2008-2017 ini tentang per-singkong-an melalui skim penelitian hibah bersaing (PHB) penelitian strategi nasional, sehingga *roadmap* cukup jelas kelihatan dalam menunjang ketahanan pangan. Sehari-hari penulis sebagai pengajar di Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian UNISMA dan Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang dan Pascasarjana UNISMA dan UIN Maliki dengan spesialisasi pada Metode Penelitian. Pada tahun 2011 – sekarang menjabat sebagai Ketua Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang (UNISMA).



Muhamad Buchori, Lc. lahir di Sragen pada tanggal 16 April 1992. Penulis merupakan lulusan sarjana dari Fakultas Syariah, Universitas Al-Ahgaff, Republik Yaman. Penulis menyelesaikan studinya pada tahun 2015 dengan judul tugas akhir “Tahqiq Kitab: Khasiyat I’anat al-Musta’in ‘ala Fath al-Mu’in, Dirosah wa Tahqiq”.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Magister Ekonomi Islam di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sampai dengan sekarang.