**Kata Pengantar**

Dengan adanya mata kuliah Teori Ekonomi Mikro mahasiswa akan mampu mengembangkan suatu dasar yang kuat atas konsep-konsep perekonomian pasar, seperti pemahaman tentang hakekat dan metoda pembuatan keputusan yang dilakukan oleh konsumen, produsen dan pemerintah, yang harus memilih di antara sumberdaya yang terbatas, beserta seluruh kendala yang ada, seperti persaingan tidak sempurna. Mahasiswa juga diharapkan akan mampu mengembangkan pemahaman mengenai kerangka institusional perekonomian di dalam sistem ekstrim maupun campuran. Berarti menyangkut analisis cara-cara produsen mengorganisasikan bisnis, peranan serikat pekerja dalam pasar tenagakerja, peranan pajak dalam pilihan-pilihan ekonomi langsung, dan dampak regulasi pemerintah pada keputusan produksi. Mahasiswa juga diharapkan akan mampu menerapkan konsep dasar ekonomi pada situasi-situasi yang problematik.

Supaya bisa mencapai hal ini para mahasiswa memerlukan metodologi dasar dan alat analisis yang diperlukan untuk memformulasikan keputusan-keputusan ekonomi. Pada akhirnya mahasiswa akan mampu mengembangkan pemahaman yang lebih baik mengenai peranan ilmu ekonomi (mikro) ke dalam lingkungan sosio-politik kita secara lebih nyata Kebalikan dari ekonomi mikro ialah ekonomi makro, yang membahas aktivitas ekonomi secara keseluruhan, terutama mengenai pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, berbagai kebijakan perekonomian yang berhubungan, serta dampak atas beragam tindakan pemerintah (misalnya perubahan tingkat pajak) terhadap hal-hal tersebut.

Pengampu MK Ekonomi-Mikro

**Ekonomi Mikro**

Ilmu ekonomi mikro (sering juga ditulis mikroekonomi) adalah cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku konsumen dan perusahaan serta penentuan harga-harga pasar dan kuantitas faktor input, barang, dan jasa yang diperjualbelikan. Ekonomi mikro meneliti bagaimana berbagai keputusan dan perilaku tersebut memengaruhi penawaran dan permintaan atas barang dan jasa, yang akan menentukan harga; dan bagaimana harga, pada gilirannya, menentukan penawaran dan permintaan barang dan jasa selanjutnya. Individu yang melakukan kombinasi konsumsi atau produksi secara optimal, bersama-sama individu lainnya di pasar, akan membentuk suatu keseimbangan dalam skala makro; dengan asumsi bahwa semua hal lain tetap sama (ceteris paribus).

Kebalikan dari ekonomi mikro ialah ekonomi makro, yang membahas aktivitas ekonomi secara keseluruhan, terutama mengenai pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, berbagai kebijakan perekonomian yang berhubungan, serta dampak atas beragam tindakan pemerintah (misalnya perubahan tingkat pajak) terhadap hal-hal tersebut. Tinjauan umum Salah satu tujuan ekonomi mikro adalah menganalisa pasar beserta mekanismenya yang membentuk harga relatif kepada produk dan jasa, dan alokasi dari sumber terbatas di antara banyak penggunaan alternatif. Ekonomi mikro menganalisa kegagalan pasar, yaitu ketika pasar gagal dalam memproduksi hasil yang efisien; serta menjelaskan berbagai kondisi teoritis yang dibutuhkan bagi suatu pasar persaingan sempurna. Bidang-bidang penelitian yang penting dalam ekonomi mikro, meliputi pembahasan mengenai keseimbangan umum (general equilibrium), keadaan pasar dalam informasi asimetris, pilihan dalam situasi ketidakpastian, serta berbagai aplikasi ekonomi dari teori permainan. Juga mendapat perhatian ialah pembahasan mengenai elastisitas produk dalam sistem pasar. Asumsi dan definisi

Teori penawaran dan permintaan biasanya mengasumsikan bahwa pasar merupakan pasar persaingan sempurna. Implikasinya ialah terdapat banyak pembeli dan penjual di dalam pasar, dan tidak satupun di antara mereka memiliki kapasitas untuk memengaruhi harga barang dan jasa secara signifikan. Dalam berbagai transaksi di kehidupan nyata, asumsi ini ternyata gagal, karena beberapa individu (baik pembeli maupun penjual) memiliki kemampuan untuk memengaruhi harga. Seringkali, dibutuhkan analisa yang lebih mendalam untuk memahami persamaan penawaran-permintaan terhadap suatu barang. Bagaimanapun, teori ini bekerja dengan baik dalam situasi yang sederhana.

Ekonomi arus utama (mainstream economics) tidak berasumsi apriori bahwa pasar lebih disukai daripada bentuk organisasi sosial lainnya. Bahkan, banyak analisa telah dilakukan untuk membahas beragam kasus yang disebut "kegagalan pasar", yang mengarah pada alokasi sumber daya yang suboptimal, bila ditinjau dari sudut pandang tertentu (contoh sederhananya ialah jalan tol, yang menguntungkan semua orang untuk digunakan tetapi tidak langsung menguntungkan mereka untuk membiayainya). Dalam kasus ini, ekonom akan berusaha untuk mencari kebijakan yang akan menghindari kesia-siaan langsung di bawah kendali pemerintah, secara tidak langsung oleh regulasi yang membuat pengguna pasar untuk bertindak sesuai norma konsisten dengan kesejahteraan optimal, atau dengan membuat "pasar yang hilang" untuk memungkinkan perdagangan efisien dimana tidak ada yang pernah terjadi sebelumnya. Hal ini dipelajari di bidang tindakan kolektif. Harus dicatat juga bahwa "kesejahteraan optimal" biasanya memakai norma Pareto, dimana dalam aplikasi matematisnya efisiensi Kaldor-Hicks, tidak konsisten dnegan norma utilitarian dalam sisi normatif dari ekonomi yang mempelajari tindakan kolektif, disebut pilihan masyarakat/publik. Kegagalan pasar dalam ekonomi positif (ekonomi mikro) dibatasi dalam implikasi tanpa mencampurkan kepercayaan para ekonom dan teorinya.

Permintaan untuk berbagai komoditas oleh perorangan biasanya disebut sebagai hasil dari proses maksimalisasi kepuasan. Penafsiran dari hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta dari barang yang diberi, memberi semua barang dan jasa yang lain, pilihan pengaturan seperti inilah yang akan memberikan kebahagiaan tertinggi bagi para konsumen. Model operasi

Diasumsikan bahwa semua perusahaan mengikuti pembuatan keputusan rasional, dan akan memproduksi pada keluaran maksimalisasi keuntungan. Dalam asumsi ini, ada empat kategori dimana keuntungan perusahaan akan dipertimbangkan:

Sebuah perusahaan dikatakan membuat sebuah keuntungan ekonomi ketika average total cost lebih rendah dari setiap produk tambahan pada keluaran maksimalisasi keuntungan. Keuntungan ekonomi adalah setara dengan kuantitas keluaran dikali dengan perbedaan antara average total cost dan harga.

Sebuah perusahaan dikatakan membuat sebuah keuntungan normal ketika keuntungan ekonominya sama dengan nol. Keadaan ini terjadi ketika average total cost setara dengan harga pada keluaran maksimalisasi keuntungan.

Jika harga adalah di antara average total cost dan average variable cost pada keluaran maksimalisasi keuntungan, maka perusahaan tersebut dalam kondisi kerugian minimal. Perusahaan ini harusnya masih meneruskan produksi, karena kerugiannya akan makin membesar jika berhenti produksi. Dengan produksi terus menerus, perusahaan bisa menaikkan biaya variabel dan akhirnya biaya tetap, tetapi dengan menghentikan semuanya akan mengakibatkan kehilangan semua biaya tetapnya.

Jika harga dibawah average variable cost pada maksimalisasi keuntungan, perusahaan harus melakukan penghentian. Kerugian diminimalisir dengan tidak memproduksi sama sekali, karena produksi tidak akan menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan untuk membiayai semua biaya tetap dan bagian dari biaya variabel. Dengan tidak berproduksi, kerugian perusahaan hanya pada biaya tetap. Dengan kehilangan biaya tetapnya, perusahaan menemui tantangan. Akan keluar dari pasar seutuhnya atau tetap bersaing dengan risiko kerugian menyeluruh.

**Kegagalan pasar**

Dalam ekonomi mikro, istilah "kegagalan pasar" tidak berarti bahwa sebuah pasar tidak lagi berfungsi. Malahan, sebuah kegagalan pasar adalah situasi dimana sebuah pasar efisien dalam mengatur produksi atau alokasi barang dan jasa ke konsumen. Ekonom normalnya memakai istilah ini pada situasi dimana inefisiensi sudah dramatis, atau ketika disugestikan bahwa institusi non pasar akan memberi hasil yang diinginkan. Di sisi lain, pada konteks politik, pemegang modal atau saham menggunakan istilah kegagalan pasar untuk situasi saat pasar dipaksa untuk tidak melayani "kepentingan publik", sebuah pernyataan subyektif yang biasanya dibuat dari landasan moral atau sosial.

Empat jenis utama penyebab kegagalan pasar adalah :

Monopoli atau dalam kasus lain dari penyalahgunaan dari kekuasaan pasar dimana "sebuah" pembeli atau penjual bisa memberi pengaruh signifikan pada harga atau keluaran. Penyalahgunaan kekuasaan pasar bisa dikurangi dengan menggunakan undang-undang anti-trust.

Eksternalitas, dimana terjadi dalam kasus dimana "pasar tidak dibawa kedalam akun dari akibat aktivitas ekonomi di dalam orang luar/asing." Ada eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Eksternalitas positif terjadi dalam kasus seperti dimana program kesehatan keluarga di televisi meningkatkan kesehatan publik. Eksternalitas negatif terjadi ketika proses dalam perusahaan menimbulkan polusi udara atau saluran air. Eksternalitas negatif bisa dikurangi dengan regulasi dari pemerintah, pajak, atau subsidi, atau dengan menggunakan hak properti untuk memaksa perusahaan atau perorangan untuk menerima akibat dari usaha ekonomi mereka pada taraf yang seharusnya.

Barang publik seperti pertahanan nasional dan kegiatan dalam kesehatan publik seperti pembasmian sarang nyamuk. Contohnya, jika membasmi sarang nyamuk diserahkan pada pasar pribadi, maka jauh lebih sedikit sarang yang mungkin akan dibasmi. Untuk menyediakan penawaran yang baik dari barang publik, negara biasanya menggunakan pajak-pajak yang mengharuskan semua penduduk untuk membayar pada barang publik tersebut (berkaitan dengan pengetahuan kurang dari eksternalitas positif pada pihak ketiga/kesejahteraan sosial).

Kasus dimana terdapat informasi asimetris atau ketidak pastian (informasi yang inefisien). Informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dari transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dan baik dari pihak yang lain. Biasanya para penjual yang lebih tahu tentang produk tersebut daripada sang pembeli, tapi ini tidak selalu terjadi dalam kasus ini. Contohnya, para pelaku bisnis mobil bekas mungkin mengetahui bagaimana mobil tersebut telah digunakan sebagai mobil pengantar atau taksi, informasi yang tidak tersedia bagi pembeli. Contoh dimana pembeli memiliki informasi lebih baik dari penjual merupakan penjualan rumah atau vila, yang mensyaratkan kesaksian penghuni sebelumnya. Seorang broker real estate membeli rumah ini mungkin memiliki informasi lebih tentang rumah tersebut dibandingkan anggota keluarga yang ditinggalkan. Situasi ini dijelaskan pertamakali oleh Kenneth J. Arrow di artikel seminar tentang kesehatan tahun 1963 berjudul "ketidakpastian dan Kesejahteraan Ekonomi dari Kepedulian Kesehatan, " di dalam American Economic Review. George Akerlof kemudian menggunakan istilah informasi asimetris pada karyanya ditahun 1970 The Market for Lemons. Akerlof menyadari bahwa, dalam pasar seperti itu, nilai rata-rata dari komoditas cenderung menurun, bahkan untuk kualitas yang sangat sempurna kebaikannya, karena para pembelinya tidak memiliki cara untuk mengetahui apakah produk yang mereka beli akan menjadi sebuah "lemon" (produk yang menyesatkan).

1.      Definisi dan Fungsi Pasar

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas dengan uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Atau merupakan area tempat jual-beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu. Atau kami dapat mendefinisikan dengan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan ekonomi yang berwujud jual-beli.

Secara umum, pasar mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai sarana distribusi, pembentukan harga, dan sebagai tempat promosi.

a.       Pasar sebagai Sarana Distribusi

Pasar sebagaimana yang telah kita ketahui merupakan lokasi distribusi yang berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

b.      Pasar sebagai Pembentuk Harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar dalam hal ini dapat berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya telah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkannya, sedangkan pembeli telah memperhitungkan manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya.

c.       Pasar sebagai Sarana Promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang/jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, lewat sarana radio maupun TV. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitasnya bagus akan menjadi pilihan konsumen.[2]

2.      Mekanisme Pasar

Pada prinsipnya mekanisme pasar diartikan bahwa harga bergerak bebas sesuai hukum permintaan dan penawaran (supply and demand). Jika suplai lebih besar dari demand, maka harga akan cenderung rendah. Begitupun jika demand lebih tinggi sementara suplai terbatas, maka harga akan cenderung mengalami peningkatan.

Di atas kertas, hukum pasar tersebut begitu valid. Akan tetapi, dalam implementasi sehari-hari kita yang masih dalam taraf pembelajaran di perguruan tinggi tidak pernah tahu secara pasti apakah harga yang terbentuk di pasar memang berjalan sesuai dengan mekanisme pasar yang wajar, tidak ada unsur intervensi, tidak ada unsur permainan oleh sekelompok kekuatan tertentu yang membentuk kartel dan sebagainya.

Memahami mekanisme pasar pada aktifitas jual beli saham di pasar modal tentunya bukanlah hal yang sederhana. Dibutuhkan kejelian dan kepekaan tinggi untuk melihat mana kegiatan ekonomi yang memang bergerak berdasarkan mekanisme pasar dan yang bergerak di luar mekanisme pasar. Disebut bergerak di luar mekanisme pasar karena fakta menunjukkan memang ada saham-saham tertentu yang pergerakannya dikendalikan oleh satu kekuatan tertentu meskipun hal itu sulit dibuktikan. Kejelian dan kepekaan tadi dibutuhkan untuk mendeteksi ada tidaknya aktifitas kekuatan tertentu yang ikut dalam pergerakan saham tersebut. Kekuatan ini sengaja aktif memainkan saham dengan tujuan untuk mengeruk keuntungan sebesar-besarnya.

Kekuatan ini dapat terdiri dari satu pihak, tapi bisa juga terdiri dari beberapa pihak yang sepakat bekerjasama memainkan pasar untuk mendapatkan keuntungan. Bagi investor ritel terutama pendatang baru bekerjanya kekuatan ini harus diwaspadai agar terhindar dari arus permainan mereka. Karena itu jangan mudah terlena dengan saham-saham tertentu yang tiba-tiba aktif ditransaksikan. Jangan mudah terkesima dengan kenaikan harga yang meledak-ledak. Fakta di pasar memang seringkali menunjukkan ada beberapa saham yang mencatat kenaikan harga sangat pesat tanpa didukung oleh informasi yang memadai.

Kenaikan harga dapat mencapai di atas 50 persen bahkan sampai melebihi 100 persen hanya dalam waktu beberapa hari, kurang dari satu bulan. Kenaikan harga 50-100 persen dalam tempo kurang dari satu bulan, tentu merupakan keuntungan yang menawan dan menggiurkan. Saham seperti inilah yang harus diwaspadai oleh investor. Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku pengawas pasar tidak mungkin mengambil tindakan karena kenaikan harga saham tadi berlangsung dalam koridor pasar. Artinya, tidak ada aturan pasar yang dilanggar. Karena itu investor harus ekstra hati-hati melihat kenaikan harga saham yang tidak didukung oleh fakta material.

Beberapa keterangan di atas adalah mekanisme pasar menurut ekonom umum(tak bersangkutan dengan Islam/ konvensional). Sedangkan di bawah ini akan kami paparkan beberapa hal yang berhubungan dengan mekanisme pasar menurut ekonom Islam klasik dan bila dipahami secara mendalam akan ditemukan juaga hal yang berhubungan kegagalan pasar. Walaupun nanti untuk masalah kegagalan pasar akan dibahas pada bagian tersendiri.

a.       Mekanisme Pasar menurut Abu Yusuf

Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun Al-Rasyid. Ia menulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam yang berjudul Kitab Al-Kharaj. Buku ini ditulis berdasarkan permintaan khalifah untuk digunakan sebagai panduan manual perpajakan.

Berbeda dengan pemahaman saat itu yang beranggapan bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan sebaliknya, pendapat Abu Yusuf yang dikutip oleh Slamet Wiharto bahwasanya tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.

Bahwa peryataan Abu Yusuf diatas sepertinya menyangkal pendapat umum tentang hubungan terbalik antara penawaran dan harga. Pada kenyataannya, harga tidak bergantung pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan dalam produksi, Abu Yusuf menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi, tetapi dia tidak menjelaskan lebih rinci. Bisa jadi variabel itu adalah pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar disuatu negara, atau penimbunan dan penahanan barang, atau semua hal tersebut. Patut dicatat bahwa Abu Yusuf menuliskan teorinya sebelum Adam Smith menulis The Wealth of Nations.

Karena Abu Yusuf tidak membahas lebih rinci apa yang disebutkannya sebagai variabel lain, ia tidak menghubungkan fenomena yang diobservasinya terhadap perubahan dalam penawaran uang. Namun, pernyataannya tidak menyangkal pengaruh dari permintaan dan penawaran dalam penentuan harga.

b.      Mekanisme Pasar menurut Imam Al-Ghazali

Ihya’ Ulumuddin karya Al-Ghazali banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk pasar. Dalam karyanya tersebut ia membicarakan barter dan permasalahannya, pentingnya aktivitas perdagangan dan evolusi terjadinya pasar, termasuk bekerjanya kekuatan permintaaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga.

 Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut double coincidence, dan karena itu diperlukan suatu pasar. Selain itu Al-Ghazali juga telah memahami suatu konsep, yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan. Hal ini tampak jelas dari perkataaannya bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

c.       Pemikiran Ibnu Taimiyyah

Pemikiran Ibn Taimiyah mengenai mekanisme pasar banyak dicurahkan melalui bukunya, yaitu Al-Hisbah fīl Al-Islam dan Majmu’ Fatawa, pandangan Ibn Taimiyah dalam kitab tersebut dikutip oleh Drs. Muhamad, M. Ag., bahwasanya pada masalah pergerakan harga yang terjadi pada waktu itu beliau meletakakan dalam kerangka mekanisme pasar. Secara umum, beliau telah menunjukan the beauty of market (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi). Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaaan dan kemudian tingkat harga adalah sebagai berikut :

1)      Keinginan orang terhadap barang-barang sering kali berbeda-beda.

2)      Jumlah orang yang meminta.

3)      Kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu.

4)      Kualitas pembeli baranng tersebut.

5)      Jenis uang pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli.

Ibn Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga sehingga mengganggu mekanisme yang bebas. Dan persepsinya yang begitu jelas sehingga beliau mengemukakan bahwa dalam pasar harus terdapat kejujuran, transparan dan kebebasan (yang tetunya tidak bersinggungan engan ekonomi Islam yang ada.[9]

3.      Kekuatan dan Keseimbangan Pasar

Berikut akan dipaparkan yang mempengaruhi kekuatan pasar sebagaimana dikonsepkan para pemikir Islam Klasik:

a.       Permintaaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibn Taimiyah untuk menunjukan permintaan ini adalah keinginan. Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaaan sebagai berikut:

1)      Harga barang yang bersangkutan

Pada umumnya hubungan anatara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif, yakni semakin tinggi tingkat harga, maka semakin rendah jumlah permintaan, demikian pula sebaliknya.

a)      Efek Substitusi

Efek subtitusi berarti bahwa jika harga suatu barang naik, maka hal ini akan mendorong konsumen untuk mencari barang lain yang bias menggantikan fungsi dari barang yang harganya naik tersebut (barang subtitusi).

b)      Efek Pendapatan

Efek pendapatan berarti bahwa, jika harga suatu barang naik maka berarti pula secara riil pendapatan konsumen turun sebab dengan pendapatan yang sama ia hanya dapat membeli barang sedikit.

2)      Pendapatan Konsumen

Semakin tinggi pendapatan seorang konsumen, maka akan semakin tinggi daya belinya sehingga permintaannya terhadap barang akan semakin meningkat pula.

3)      Harga barang lain yang terkait

Yang dimaksud barang lain yang terkait adalah subtitusi dan komplementer dari barang tersebut. Jika harga barang subtitusinya turun, maka permintaan terhadap barang tersebut pun turun, sebab konsumen mengalihkan pada barang subtitusi. Sementara jika barang komplementernya naik, maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun.

4)      Selera konsumen

Jika selera konsumen terhadap barang tersebut tinggi maka permintaannya pun akan tinggi meskipun harganya pun tinggi, dan begitu pun sebaliknya.

5)      Ekspektasi (pengharapan)

Meskipun tidak secara eksplisit, pemikiran ekonomi Islam klasik telah menengarai peran ekspektasi dala menentukan permintaan. Ekspektasi bias berupa ekspektasi positif maupun negative. Dalam kasus ekspektasi positif konsumen akan lebih terdorong untuk membeli suatu barang, dan untuk ekspektasi negative berlaku sebaliknya.

6)      Mashlahah

Pengaruh mashlahah terhadap permitaan tidak bisa dijelaskan secara sederhana sebab ini tergantung kepada tingkat keimanan. Jika maslahah relative turunmaka jumlah barang yang diminta akan turun juga, begitu juga sebaliknya.

b.      Penawaran

Dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam Klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting di dalam pasar. Semakin tinggi harga maka semakin banyak pua jumlah barang yang akan dijual. Ibn Taimiyah mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaaan barang di pasar. Yang mempengaruhi penawaran antara lain:

1)      Mashlahah

Pengaruh mashlahah terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan produsen. Jika jumlah mashlahah yang terkandung dalam barang yang diproduksi semakin meningkat, maka produsen Muslim akan memperbanyak jumlah produksinya.

2)      Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari mashlahah karena ia dapat mengakumulasi modal pada akhirnya dapat digunakan berbagai aktivitas lainnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan adalah:

a)      Harga Barang

Jika harga suatu barang naik maka keuntungan akan naik pula. Kemudian hal ini akan menaikan total keuntungan sehingga mendorong produsen untuk melakukan penawaran lebih naik lagi.

b)      Biaya Produksi

Biaya produksi jelas menentukan tingkat keuntungan sebab keuntungan merupakan selisih dari penerimaan dengan biaya produksi. Jika biaya turun maka keuntungan produsen akan meningkat, dan hal ini akan mendorongnya untuk meningkatkan penawaran.

Sedangkan dalam kesimbangannya (pasar) atau ekuilibrium yang berarti suatu keadaan di mana tidak terdapat suatu kekuatan yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan (dalam keseimbangan). menggambarkan suatu situasi dimana semua kekuatan yang ada dalam pasar, permintaan dan penawaran, berada dalam keadaan seimbang sehingga setiap variable yang terbentuk di pasar, harga dan kuantitas sudah tidak lagi berubah. Dalam keadaan ini harga dan kuantitas yang diminta akan sama dengan yang ditawarkan sehingga terjadilah transaksi. Proses terjadinya keseimbangan dalam pasar dapat berawal dari sisi mana saja, baik dari permintaan ataupun penawaran. Dalam masalah harga dalam pasar Ibnu Khaldun berpendapat bahwasanya keseimbangan harga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran.

4.      Kegagalan Pasar

Sebagaimana yang terdapat dalam id.wikipedia.org bahwasanya dalam ekonomi mikro, istilah "kegagalan pasar" tidak berarti sebuah pasar tidak lagi berfungsi. Malahan, sebuah kegagalan pasar adalah situasi dimana sebuah pasar efisien dalam mengatur produksi atau alokasi barang dan jasa ke konsumen. Ekonom normalnya memakai istilah ini pada situasi dimana inefisiensi sudah dramatis atau ketika disugestikan bahwa institusi non pasar akan memberi hasil yang diinginkan. Di sisi lain, pada konteks politik, pemegang modal atau saham menggunakan istilah kegagalan pasar untuk situasi saat pasar dipaksa untuk tidak melayani "kepentingan publik", sebuah pernyataan subyektif yang biasanya dibuat dari landasan moral atau sosial. Atau dapat dikatakan kegagalan pasar adalah dimana suatu pasar tidak dapat menjalankan secara sempurna sesuai dengan fungsi awal sebagai pasar dan situasi dimana semua kekuatan yang ada dalam pasar, permintaan dan penawaran, berada dalam keadaan ketidakseimbangan.

5.      Penyebab Kegagalan Pasar

a.       Kompetisi yang tidak sempurna Sebagai contoh harga di pasar dapat terdistorsi oleh kekuatan-kekuatan pembeli dan penjual berupa monopsoni, monopoli atau dalam kasus lain dari penyalahgunaan dari kekuasaan pasar dimana sebuah pembeli atau penjual bisa memberi pengaruh signifikan pada harga atau keluaran. Individu-individu tersebut dengan kekuatannya (baik uang maupun produk) dapat melakukan pengaturan harga suatu barang atau jasa. Hal ini dapat berimplikasi buruk terhadap pelaku pasar yang lain dan masyarakat yang membutuhkan barang atau jasa tersebut.

Eksternalitas, eksternalitas adalah dampak tidak langsung –baik dampak menguntungkan maupun merugikan- yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi. Eksternalitas terjadi jika kegiatan ekonomi menghasilkan biaya tambahan atau keuntungan tambahan bagi pihak ketiga yang tidak terlibat langsung dari suatu transaksi kegiatan ekonomi. Atau bisa terjadi juga dalam kasus dimana “pasar tidak dibawa kedalam akun dari akibat aktivitas ekonomi didalam orang luar/asing.” Ada eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Eksternalitas positif terjadi dalam kasus seperti dimana program kesehatan keluarga di televisi meningkatkan kesehatan publik. Eksternalitas negatif terjadi ketika proses dalam perusahaan menimbulkan polusi udara atau saluran air. Eksternalitas negatif bisa dikurangi dengan regulasi dari pemerintah, pajak, atau subsidi, atau dengan menggunakan hak properti untuk memaksa perusahaan atau perorangan untuk menerima akibat dari usaha ekonomi mereka pada taraf yang seharusnya. Agar lebih mudah dipahami mungkin dengan contoh produksi rokok dapat mengakibatkan biaya ekstra gangguan kesehatan bagi orang lain yang bukan penjual dan pembeli rokok. Di sisi lain pembangunan hutan wisata akan menghasilkan ekstra keuntungan yaitu ketersediaan oksigen yang lebih baik bagi masyarakat sekitar. Dengan kata lain penjual dan pembeli tidak mengeluarkan uang untuk biaya ekstra ataupun menerima uang dari keuntungan tambahan yang ditimbulkan.Dalam keadaan seperti ini biasanya produk barang dan jasa yang meinumbulkan biaya tambahan kepada masyarakat akan diproduksi secara besar-besaran. Hal ini dapat dimengerti karena penjual dan pembeli tidak perlu menanggung biaya tersebut. Masyarakat atau pihak ketiga lah yang menanggung beban itu. Sebagai contoh kegiatan transaksi tanah yang bertujuan mengkonversi lahan dari lahan pertanian menjadi perumahan atau peruntukan komersial. Kegiatan seperti ini banyak dijumpai. Mengapa? Yang pertama adalah keuntungan ekonomi akibat konversi tersebut. Hal lain adalah pelaku transaksi bebas dari biaya eksternalitas yaitu dampak negatif berupa berkurangnya kualitas lingkungan bahkan ketahanan pangan. Biaya ekstra ini harus ditanggung oleh masyarakat karena tidak dibayar atau dibebankan pada pelaku transaksi. Sebaliknya, konversi lahan pertanian untuk hutan wisata sangat jarang terjadi. Hal ini karena pelaku pasar mengetahui bahwa selain untuk keperluan wisata, kawasan tersebut juga memiliki manfaat lain seperti peningatan kualitas udara dan pencegahan terhadap bahaya banjir. Sementara itu mereka tidak memperoleh keuntungan atau bayaran dari eksternalitas yang dihasilkan dari masyarakat yang diuntungkan. Akibatnya timbul sifat apatis berupa keengganan untuk melakukan transaksi atau kegiatan serupa.

b.      Informasi yang Asimetris atau ketidakpastian (informasi yang inefisien). Informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dari transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dan baik dari pihak yang lain. Atau salah satu pihak yang bernegosiasi di pasar memiliki informasi yang berhubungan dengan barang yang diperdagangkan sementara pihak lain tidak. Ketidaksamaan informasi ini dapat mengakibatkan keuntungan bagi salah satu pihak dan kerugian bagi pihak yang lain. Misalnya seseorang yang berniat menjual tanah, tetapi tidak mengetahui harga transaksi yang terjadi pada beberapa waktu terakhir. Maka si penjual berpotensi mengalami kerugian dibandingkan calon pembeli yang telah memiliki informasi tersebut. Kerugian penjual terjadi akibat tidak dimilikinya informasi yang berakibat ketidakmampuannya untuk memperoleh harga yang adil sesuai kehendak pasar yang efisien. Contoh lainnya, para pelaku bisnis mobil bekas mungkin mengetahui dimana mobil tersebut telah digunakan sebagai mobil pengantar atau taksi, informasi yang tidak tersedia bagi pembeli. Contoh dimana pembeli memiliki informasi lebih baik dari penjual merupakan penjualan rumah atau vila, yang mensyaratkan kesaksian penghuni sebelumnya. Seorang broker real estate membeli rumah ini mungkin memiliki informasi lebih tentang rumah tersebut dibandingkan anggota keluarga yang ditinggalkan. Mengenai hal tersebut George Akerlof menggunakan istilah informasi asimetris pada karyanya ditahun 1970 The Market for Lemons. Akerlof menyadari bahwa dalam pasar seperti itu nilai rata-rata dari komoditas cenderung menurun bahkan untuk kualitas yang sangat sempurna kebaikannya, karena para pembelinya tidak memiliki cara untuk mengetahui apakah produk yang mereka beli akan menjadi sebuah “lemon” (produk yang menyesatkan) atau sebaliknya.[18] Lebih jauh lagi, informasi yang asimetris dapat mengakibatkan biaya transaksi yang lebih tinggi. Biaya ini terjadi karena adanya kebutuhan akan jasa broker atau perantara. Biaya tersebut adalah beban yang harus dibayar untuk kebutuhan informasi mengenai keadaan harga pasar yang sesungguhnya di samping informasi mengenai calon pembeli atau penjual. Kedua kondisi tersebut merupakan potensi penyebab dari inefisiensi pasar yang pada gilirannya akan mengakibatkan kegagalan pasar.

6.      Solusi Kegagalan Pasar

Solusi pada makalah kegagalan pasar ini menurut pandangan Islam sebagai berikut:

a.       Larangan Ikhtikar

Ikhtikar dapat diartikan menahan atau menimbun barang, terutama pada saat terjadi kelangkaan dengan tujuan untuk menaikkan harga. Akibat dari ikhtikar ini masyarakat luas akan dirugikan oleh sekelompok kecil yang lain. Sekalipun Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang dalam menjual, membeli dan yang menjadi keinginan hatinya, tetapi Islam menentang dengan keras sifat egois yang mendorong sementara orang dan ketamakan pribadi untuk menumpuk kekayaan atas biaya orang lain dan memperkaya pribadi, kendati dari bahan baku yang menjadi kebutuhan rakyat.

Agar harga dapat kembali ke posisi semula maka pemerintah dapat melakukan berbagi upaya menghilangkan penimbuanan ini. Namun tidak termasuk ikhtikar adalah penumpukan yang dilakukan pada situasi ketika pasokan melimpah, misalnya penimbunan atau penahanan pada saat panen besar, dan segera menjualnya pada saat pasar membutuhkan.

b.      Membuka Akses Informasi

Beberapa larangan terhadap praktik penipuan pada dasarnya adalah upaya untuk menyebarkan keterbukaan informasi sehingga transaksi dapat dilakukan dengan sama-sama suka dan adil. Beberapa larangan ini antara lain: talaqi rukhban (membeli barang dengan cara mencegat para penjual di luar kota), bay najasyi (mencakup pengertian kolusi dimana antarpenjual satu dengan yang lainnya melakukan kerja sama untuk menipu konsumen), ghaban fahisy (upaya sengaja untuk mengaburkan informasi sebab penjual memanfaatkan ketidaktahuan konsumen untuk mencari keuntungan yang tinggi. Islam menganggap penipuan dan kecurangan terhadap takaran, timbangan atau kualitas barang sebagai pebuatan dosa.

c.       Regulasi Harga

Menurut Mannan yang dikutip tim P3EI UII regulasi harga harus menunjukkan tiga fungsi dasar :

1)     Fungsi ekonomi yang berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan realokasi sumber daya ekonomi.

2)     Fungsi sosial dalam memelihara keseimbangan sosial antara masyarakat kaya dan miskin.

3)     Fungsi moral dalam menegkkan nilai-nilai syariah Islam, khususnya yang berkaitan dalam transaksi ekonmi misalnya kejujuran, keadilan dan kemanfaatan.

Pada dasarnya jika pasar sudah bekerja dengan sempurna, maka tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga. Penetapan harga justru akan mendistorsi harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar itu sendiri. Jadi regulasi harga dapat dilakukan pada situasi tertentu saja.

 Pemerintah dapat melakuakan regulasi harga apabila pasar bersaing tidak sempurna, dan keadaan darurat. Apabila terpaksa menentapkan harga, maka konsep harga yang adil harus menjadi pedoman. Adapun beberapa keadaan darurat diantaranya adalah harga naik sedemikian tinggi di kuar kewajaran, menyangkut barang-barang yang amat dibutuhkan masyarakat, terjadi ketidakadilan.

7.      Peranan Pemerintah dalam Mengontrol Pasar

Untuk lebih menjamin berjalannya pasar secara sempurna sebagaimana fungsinya peran pemerintah sangat penting. Rasulullah SAW sendiri telah menjalankan fungsi sebagaimarket supervisor atau Al-Hisbah, yang kemudian banyak dijadikan acuan untuk peran negara terhadap pasar. Peran pemerintah dalam pasar diantaranya adalah untuk mengatur dan mengontrol pasar serta moral secara umum.

**PENUTUP**

**A.    Simpulan**

Dengan berbagai pembahasan di atas maka penulis dapat menyimpulkan:

1.         Penyebab dari kegagalan pasar adalah adanya kompetisi yang tidak sempurna, eksternalitas dan informasi yang asimetris.

2.         Sedangkan solusi mengatasi hal tersebut yaitu dengan adanya larangan ikhtikar, membuka akses informasi dan adanya regulasi harga.

Eksternalitas, eksternalitas adalah dampak tidak langsung –baik dampak menguntungkan maupun merugikan- yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi. Eksternalitas terjadi jika kegiatan ekonomi menghasilkan biaya tambahan atau keuntungan tambahan bagi pihak ketiga yang tidak terlibat langsung dari suatu transaksi kegiatan ekonomi. Atau bisa terjadi juga dalam kasus dimana “pasar tidak dibawa kedalam akun dari akibat aktivitas ekonomi didalam orang luar/asing.” Dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam Klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting di dalam pasar. Semakin tinggi harga maka semakin banyak pua jumlah barang yang akan dijual.

**DAFTAR PUSTAKA**

Bade, Robin; and Michael Parkin. Foundations of Microeconomics. Addison Wesley Paperback 1st Edition: 2001.

Eaton, B. Curtis; Eaton, Diane F.; and Douglas W. Allen. Microeconomics. Prentice Hall, 5th Edition: 2002.

Frank, Robert A.; Microeconomics and Behavior. McGraw-Hill/Irwin, 6th Edition: 2006.

Friedman, Milton. Price Theory. Aldine Transaction: 1976

Jehle, Geoffrey A.; and Philip J. Reny. Advanced Microeconomic Theory. Addison Wesley Paperback, 2nd Edition: 2000.

Hicks, John R. Value and Capital. Clarendon Press. [1939] 1946, 2nd ed.

Katz, Michael L.; and Harvey S. Rosen. Microeconomics. McGraw-Hill/Irwin, 3rd Edition: 1997.

Kreps, David M. A Course in Microeconomic Theory. Princeton University Press: 1990