

Jurnal PILAR, Vol. 2, No. 2, Juli-Des', 2014

MAJELIS ULAMA DAN TEORI PEMINTAAN PASAR MASYARAKAT EKONOMI ASIA (MEA)

Syahrudin Yasen¹

Abstrak

Adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) harus bekerja keras menjelang diberlakukannya pasar bebas di Asia. Kini masyarakat Asia, khususnya Indonesia mau atau tidak harus merespon pemberlakuan kesepakatan bilateral dalam sebuah organisasi bersanama yang dikenal dengan "Masyarakat Ekonomi Asia" (MEA), yang mulai berlangsung pada 2015. Para pengusaha dalam negeri pun mulai gelisah, khususnya para pengusaha yang tergabung dalam Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI). Sebenarnya, tidak ada yang perlu dikhawatirkan atas kehadiran MEA, sepanjang produksi dalam negeri memenuhi standar kualitas yang diinginkan pasar Asia.

Tulisan ini bertujuan untuk mengantarkan kita pada informasi, bagaimana kondisi organisasi pengusaha di Asia menghadapi kesepakatan bersama di bidang perdagangan ini. Apakah MEA akan benar-benar bisa memberikan arah bagi pembangunan kesejahteraan masyarakat Indonesia khususnya, dan masyarakat Asia pada umumnya. Ataukah sebaliknya, malah akan merugikan produksi dalam negeri, khususnya bagi produksi yang tidak memiliki daya saing tinggi atau

¹Dosen dan Sekretaris Program Studi Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) LPI, dan Universitas Muhammadiyah Makassar.

standar yang diinginkan pasar Asia. Di sisi lain, apakah barang-barang impor tersebut harus melalui standar kehalalan melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI), khususnya bagi barang-barang pangan dan sandang, selain papan. Bahwa setiap barang pangan impor seperti daging, gula-gula, snack, dan semacamnya harus memiliki logo majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bukti bahwa barang dimaksud sudah memenuhi standar kehalalan menurut syariat Islam.

Kata kunci: market share, qardul hasan, ceteris paribus, supply, demand, great depression. halal, dan haram.

A. PENDAHULUAN

Dalam perspektif Islam, istilah *demand* merupakan representasi dari permintaan pasar atau masyarakat terhadap suatu barang dan jasa. Artinya, dalam pandangan Islam bahwa kesempatan mencari nafkah terbuka bagi setiap orang. Oleh karena dalam mencari nafkah itu sendiri telah tersedia kemudahan untuk bekerja sesuai dengan keterampilannya. Dalam Islam, dimana setiap orang mendapatkan imbalan sesuai dengan usahanya. *"Barangsiapa yang mengejakan amal saleh, maka (balasan) untuk dirinya sendiri, dan barang siapa yang bebuat jahat maka (dampak negatifnya) atas dirinya sendiri, dan sekali-kali Tuhanmu tidak bersikap aniaya terhadap hamba-Nya"* (Qs. Fuslihat: 46).

Dunia sekarang ini menghadapi problema pendapatan yang lebih sukar dari masalah produksi. Pada sisi lain produksi barang dan jasa melimpah dan cenderung sulit dibedakan mana sumber barang produksi yang halal dan haram. Kekhawatiran yang muncul, misalnya, pada produksi makanan, pakaian, jangan sampai misalnya, di dalamnya ada

zat seperti kulit/daging babi, anjing, darah dan nanah yang diharamkan oleh Islam. Pakaian jadi terbuat kulit seperti tas, koper dan lainnya terkadang sulit dilacak –apakah dari kulit sapi, kerbau, onta, atau kambing. Jika tas jadi misalnya, berasal dari kulit babi, maka itu berarti dalam islam diharamkan, dan di sinilah peran Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk melakukan standarisasi kehalalan melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI. Pada sisi lain, jumlah penduduk yang meminta hasil-hasil produksi tidak berdaya untuk membeli atau memiliki barang-barang hasil produksi itu dan terpaksa ditemukan barang-barang murah dari impor namun diragukan kehalalannya. Begitu juga, produksi susu bayi yang bakal meramalkan pasa Asia (MEA) mulai 2015.

Antara produksi yang melimpah dengan rendahnya pendapatan (*income*) perkapita penduduk berbanding terbalik dan dalam kondisi seperti ini masyarakat cenderung menghalalkan yang haram dan sebaliknya. Mestinya, makin banyak produksi maka akan semakin banyak pula orang yang menikmatinya dengan cara yang halal. Tetapi faktanya tidak demikian, makin banyak produksi yang dihasilkan, justru makin sedikit warga penduduk yang tidak berdaya untuk menikmati hasil-hasil produksi itu sendiri, sehingga rentetan peningkatan standar kemiskinan sering tidak bisa ditanggulangi. Sebuah problema yang tidak boleh dibiarkan, dan perlu disikapi antara lain dengan merumuskan konsep yang tepat yang kemudian diimplementasikan dalam pasar Masyarakat Ekonomi Asia (Asian Economic Community—AEC).

Di sinilah dibutuhkan kesadaran nurani yang tinggi dan peran yang bertanggung jawab Majelis Ulama Indonesia

serta dari pihak eksekutif, legislatif dan yudikatif itu untuk memaksimalkan penataan kehidupan sosio-ekonomi. Menurut hemat penulis, nurani dapat membedakan antara benar dan salah, nurani merupakan kelanjutan dari fitrah kejadian asal yang suci pada manusia. Nurani pulalah yang memberikan kemampuan bawaan dari lahir dan intuisi untuk mengetahui benar dan salah, asli dan palsu, dan dengan begitu merasakan kehadiran Tuhan dalam keesaan-Nya.²

Karena itu, ilmu ekonomi Islam merupakan bagian dari kegiatan muamalat, dan terkait dengan hasilnya sekarang (rezeki) atau hasil yang akan datang (pahala akhirat). Hal ini harus dipegang oleh setiap insan yang menyatakan dirinya muslim.³

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut: *Pertama*, apakah yang dimaksud permintaan?; 2) Bagaimana fungsi-fungsi permintaan (*demand*) dalam konteks mikro ekonomi menurut Islam?; 3) Bagaimana pandangan Islam tentang sistem penawaran ?

B. PEMBAHASAN

1. Pengertian

Untuk memudahkan pemahaman terhadap makna permintaan dalam makalah ini dikemukakan pengertian

² Abul A'la Al-Maududi, *Ususul Iqtisad Baina Al-Islam wa Nuzumul Mua'siran*, Darul Uruban, Lahore, p.130-131 dalam Monzer Kahl (1995), *Ekonomi Islam Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (terj.), Pustaka Pelajar, Yogyakarta, h. 55.

³ Abu Saud, Mahmud, *Khuthuta Ra'iysiyyatu Fil iqtishadi al-Islamy*, dan telah diterjemahkan pula dalam bahasa Inggris: *Outlines of Islamic Economics*, oleh Syed Ahmad Ali, Sahabat Islamic Press, Safat, Kuwait, 1984.

penawaran secara bahasa (etimologi) dan istilah (terminologi).

Secara etimologi, dalam bahasa Inggris, penawaran berasal dari kata *demand*⁴, artinya permintaan. Kata *demand* dapat memiliki beberapa makna : *Pertama*, permintaan, misalnya dalam kalimat *to supply the demand*, artinya memenuhi permintaan⁵. *Kedua* bermakna menuntut misalnya dalam kata *the defendant demanded his rights*, seorang terdakwa meminta hak-haknya. *Ketiga*, bermakna memerlukan, misalnya, dalam kata *success demands effort and any time*; sukses memerlukan usaha dan banyak waktu.

Penjelasan lain juga dapat dilihat dalam Em Zul Fajri⁶, ia menjelaskan asal makna "permintaan" dengan kata dasar 'minta'. Kata *minta* apabila menjadi kata benda akan bermakna "'permintaan". Kata *minta* pun dapat mengandung bias makna apabila tidak dibatasi dalam konteks pembicaraan tertentu. Bidang hukum dapat memberi makna pembebasan dari beban hukuman. Bidang keamanan dapat bermakna reda, misalnya dalam kata para petugas minta agar demonstran turun dari mimbar. Bidang ekonomi dapat bermakna beli, misalnya dalam kata minta minuman teh manis, dll.⁷

⁴ B. Krause, Wayne dan Mike Wijaya Sinaga, *Indonesian English Dictionary, Arranged in True Alphabetic Order*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), h. 172..

⁵ Kata kerja (active verb) dalam kaidah bahasa Inggris: *to distribute* menjadi bermakna menyalurkan, sehingga kalau disebut *to distributing* (k. benda) bermakna penyaluran.

⁶ Em Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: Diva Publisher, t.th), h. 569.

⁷ Lihat, *ibid.*

Maka, dalam konteks ini makna minta yang dikaitkan dengan ilmu ekonomi berarti permintaan. Menurut Fajri, kalau kata "minta" berubah menjadi kata benda, akan bermakna permintaan, artinya perbuatan meminta.

Dari pengertian bahasa tersebut di atas, secara terminologi, maka permintaan adalah suatu tuntutan yang mengharuskan adanya mekanisme jual beli suatu barang. Ketika istilah permintaan dipakai untuk menjelaskan makna *demand* dalam sistem ekonomi, maka fungsi *supply* dan *demand* itu selalu melibatkan barang dan manusia beserta sistem-sistemnya, dimana sistem-sistem itu menurut Islam mestilah mengandung nilai-nilai keadilan dan pemerataan.

2. Teori dan Fungsi Permintaan (*Demand*)

Dalam teori ekonomi mikro, suatu barang baru memiliki harga apabila dibutuhkan dan barang tersebut jumlahnya terbatas, sedangkan yang menentukan besar kecilnya harga itu ada dua, yaitu *demand* dan *supply* yang merupakan kajian ekonomi mikro. Demand dan supply akan terjadi tarik-menarik pada tataran tertentu. Karena itu keseimbangan (*equilibrium*) harga akan tercipta apabila bertemu antara demand dan *supply*. Jadi penawaran adalah fungsi yang menentukan nilai dan alat tukar.

Dalam perbankan Syari'ah misalnya, fungsi uang bukan sebagai komoditi, akan tetapi sebagai alat tukar. Hal ini tercermin dalam pola pembiayaan pada bank-bank Syari'ah. Dalam kaitan ini, berdasarkan studi mini pada Bank Syari'ah Mandiri⁸ bahwa permintaan pembiayaan untuk sektor ril lebih

⁸ Kuliah lapangan pada Bank Syari'ah Mandiri (BSM) Makassar, Kamis tanggal 24 Juli 2008. Kuliah tersebut dipandu langsung dosen

banyak pada skema pembiayaan murabahah seperti cicilan mobil dan jual beli secara tanggung. Namun demikian ada pula proyek pembiayaan dengan sistem mudharabah mutlaqah⁹ dan musyarakah. Proyek dengan sistem pola musyarakah yang pernah dikerjakan Bank Syari'ah Mandiri misalnya pada pengerjaan sejumlah tower GSM di Kabupaten Bone.

Mengamati hasil penjelasan manajer pemasaran Bank Syari'ah Mandiri, Andi Fachri,¹⁰ pada dasarnya permintaan kredit konsumtif lebih banyak daripada kredit produktif. Menurut dia, animo masyarakat yang meminta kredit konsumtif dalam sistem *murabahah* (cicilan mobil, atau jual beli secara tanggung untuk barang-barang tertentu) cukup tinggi. Diakuinya pula, meskipun permintaan kredit konsumtif dan kredit usaha sektor ril cukup tinggi dibanding animo penabung, namun BSM termasuk bank Syari'ah pemeran utama, yang telah meraih pangsa pasar (*market share*) sebesar di atas 2 % lebih pada medio 2013..

Sejak BSM beroperasi di tahun 1999 telah memperoleh *market share* secara nasional 2 % atau 0,11 % pada seluruh bank termasuk konvensional. Pada akhir 2013, target *market share* secara nasional pada BSM berkisar pada

pemandu Prof. Dr. H. Syahrir Mallongi, SE, M.Si dan interaktif bersama Kepala Pemasaran Bank Syari'ah Mandiri, Fachri.

⁹ Mudharabah mutlaqah pada dasarnya pihak penyimpan (*custodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah *yad al-amanah* (tangan amanah) yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan kalau terjadi *force major* atau selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang/aset titipan.

¹⁰ Ibid.,

angka sekira 5 %, dan telah membukukan asset terbesar sebanyak 31 kali.

Pada 1999 modal awal BSM sebanyak Rp 448 M, yang kemudian secara signifikan pada tahun 2008 naik menjadi Rp 14 triliun selama 9 tahun terakhir dengan didukung oleh 8 kantor layanan dari 24 provinsi. Dilihat dari minat pelaku ekonomi yang semakin tinggi, maka tantangan dan persaingan pada sektor keuangan yang berbasis syari'ah semakin terbuka. Secara nasional target penguasaan pasar untuk seluruh Bank Syari'ah adalah 36 persen.

Pada bank Syari'ah kita mengenal *Qardhul Hasan* (pinjaman bebas bunga). *Qardhul hasan* terutama digunakan oleh IDB (international development bank) ketika memberikan pinjaman lunak kepada pemerintah. Biaya jasa ini pada umumnya tidak lebih dari 2,5 persen, dan selama ini berkisar antara 1-2 persen. Dalam aplikasinya di perbankan syariah, *qardh* biasa digunakan untuk menyediakan dana talangan kepada nasabah prima dan untuk menyumbang sektor usaha kecil/mikro atau membantu sektor sosial. Dalam hal yang terakhir, skema pinjaman dengan model *Qardhul Hasan* dapat digunakan sebagai akad simpanan dan dapat digunakan sebagai akad pembiayaan.

Pemintaan nasabah BSM agar menyimpan uang dalam prinsip *Wadi'ah yad Dhamnah*¹¹ mempunyai potensi masalah dalam beberapa sisi, yaitu:

¹¹ *Wadi'ah yad Dhamnah* (tangan penanggung, dalam hal ini bank atau lembaga keuangan syari'ah) yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan. Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan atau *custodian* adalah *trustee* yang sekaligus guarantor

Pertama sisi investasi yang terbatas. Utilisasi asset: untuk melindungi kerugian modal, penyimpanan (bank) tidak dapat menginvestasikan dana Wadi'ah yad dhamnah pada proyek-proyek berisiko tinggi dengan profit tinggi sehingga penyimpanan terlalu bergantung pada investasi berisiko rendah dengan profit rendah (*murabahah*).

Kedua, distribusi profit menguntungkan penyimpanan. Penitip berada pada posisi belas kasih penyimpanan (bank) karena penyimpanan secara legal tidak diwajibkan untuk mendistribusi profit yang diperoleh. Bank dapat memberikan hibah (bonus) rendah meskipun mereka memperoleh profit yang tinggi.

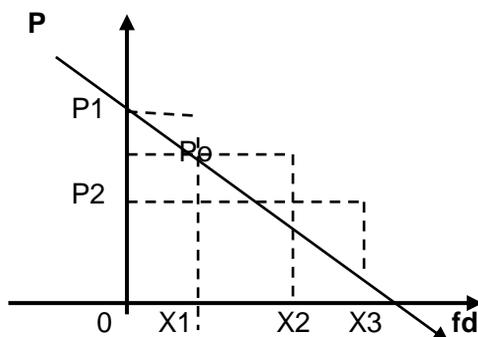
Ketiga, mencampur dana simpanan dengan modal. Undang-undang tidak membolehkan bank syariah untuk mencampur dana simpanan dengan modal.

Fungsi permintaan adalah fungsi yang menyatakan hubungan antara harga dengan jumlah (quantity) barang/jasa yang diminta atau dibeli dengan ausmi variabel lainnya konstan (*ceteris paribus*). Hukum permintaan terjadi apabila harga dari suatu barang naik, maka jumlah barang tersebut

(penjamin) keamanan barang/aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpanan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpanan akan mengembalikan barang/aset yang dititipkan secara utuh pada saat penyimpanan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam Islam agar aset selalu diusahakan untuk produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja).

yang diminta akan turun dan sebaliknya, jika harga barang turun, maka jumlah barang yang diminta naik.¹²

Hal ini dapat dijelaskan dalam bentuk fungsi kurva berikut:



Hubungan seperti yang dinyatakan pada fungsi kurva di atas merupakan hubungan implicit, eksplisit maupun kebalikan. Hubungan antara kuantitas dan harga digambarkan dalam salib sumbu, horizontal digunakan untuk menunjukkan kuantitas (x), sedangkan sumbu vertikal digunakan untuk menunjukkan harga (p). Dalam konteks ini yang dimaksud dengan *ceteris paribus* (variable lain konstan) dalam fungsi permintaan MEA adalah selera, pendapatan dan harga barang lain. Bentuk fungsi permintaan yang sederhana adalah berbentuk linear, yaitu:¹³

¹² Sunaryo, *Matematika Ekonomi dan Bisnis* (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, cet.1, 2006), h. 59

¹³ Lihat, *Ibid.*, h. 60. Hubungan kedua variabel dalam matematis dapat disimpulkan dengan, $p = f(x)$ disebut fungsi eksplisit; $f(x, p) = 0$ disebut fungsi implisit; dan $x = f(p)$ disebut kebalikan. Sedangkan ciri-ciri fungsi permintaan kurva terletak pada kwadran I, dimana x dan p harus positif ($0 \leq x \leq a$ dan $0 \leq p \leq b$), fungsi permintaan adalah dwi tunggal

$$P = P_0 + ax$$

→ Dimana P = harga per unit
X = kuantitas (jumlah)
P₀ = Harga tertinggi pada X =
A = Koefisien arah, ax di dalam
fungsi permintaan selalu negatif.

2. Dampak ketidakseimbangan Stok Barang pada Permintaan

Stock (persediaan) adalah barang atau bahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijual dan atau diolah kembali. Perusahaan dagang membutuhkan persediaan barang dagangan, sedangkan *manufactur* (perusahaan pabrik) membutuhkan bahan baku¹⁴.

Hukum persediaan (*stok*) idealnya harus pada posisi selalu cukup. Tetapi dalam prosesnya, kadang persediaan menghadapi beberapa kemungkinan (risiko). *Pertama*, jika persediaan terlalu besar (banyak) akan berhadapan dengan risiko keusangan, kerusakan, keuangan, dan biaya penyimpanan. *Kedua*, jika persediaan terlalu kecil (sedikit), maka berhadapan dengan risiko kehabisan bahan baku (BB) dan mengganggu proses produksi dan distribusi.

Persediaan cenderung berpengaruh langsung dengan biaya pemesanan atau permintaan dan biaya penyimpanan. *Pertama*, biaya pemesanan/permintaan yaitu biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pesanan mulai barang dipesan

artinya untuk setiap nilai x dan p hanya mempunyai sebuah nilai: p atau x. Fungsi permintaan berjalan menurun secara monoton dari atas ke kanan bawah.

¹⁴ Winoto Sukarno, *Marketing Management* (hand out mata kuliah penulis pada Totalwin Institut Management (TIM), Yogyakarta, 2003), h. 99-101.

hingga barang datang ke gudang perusahaan. Oleh karena itu, setidaknya biaya *supply* akan menyita biaya proses pemesanan, biaya bongkar muat dan biaya pengecekan. *Kedua*, biaya penyimpanan yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menyimpan bahan agar bahan yang disimpan mutunya sesuai dengan yang diinginkan. Dalam biaya penyimpanan ini dapat menyita biaya, berupa: biaya sewa gudang, biaya asuransi, biaya pemeliharaan dan lain-lain.

Dalam manajemen produksi, sifat biaya dalam konteks *supply* biasanya bersifat variabel dan variabilitasnya sesuai dengan barang yang disimpan. Artinya, semakin sering memesan semakin besar biaya pemesanan.¹⁵ Dibawah ini rumus untuk biaya pemesanan:

$$\text{Biaya Pesan} = \frac{R}{Q} \times O$$

Selanjutnya semakin banyak barang yang disimpan (stok) semakin banyak biaya simpan...Rumus berikut untuk perhitungan biaya simpan.

$$\text{Biaya Simpan} = \frac{Q}{2} \times C$$

Contoh: Kebutuhan bahan baku 12.000 unit

Biaya sekali pesan Rp 75

Biaya simpan Rp 200,-

Dalam konteks istilah ilmu ekonomi, permintaan barang atau jasa dapat disebut 'pemasaran' (*marketing*).

¹⁵ Lihat, *ibid.*, h. 100

Hanya saja, pengertian marketing lebih luas dari pada permintaan. Permintaan adalah bagian dari ilmu pemasaran yang mengharuskan adanya keadilan. Sedangkan pemasaran meliputi keseluruhan aktivitas distribusi dan juga di luar distribusi yang tidak mengharuskan adanya pemerataan. Oleh karena itu, dalam sistem permintaan mesti dibuatkan suatu kebijakan oleh pemerintah. Dalam soal permintaan gula dan terigu misalnya, pemerintah mengambil kebijakan dengan cara menghapus bea masuk 10 persen untuk gandum dan kedelai, dan ini disambut baik para pengusaha APEGTI (Asosiasi Pengadaan Gula dan Terigu Indonesia).¹⁶

Dalam hukum pasar, makin banyak penawaran (*supply*), maka pada sisi permintaan (*demand*) mestinya semakin turun atau rendah. Akan tetapi, kadang terjadi sebaliknya, makin tinggi demand, kadang *supply* berada pada titik kritis (langka). Ada dua penyebab yang kadang bisa muncul. *Pertama*, stok barang tersebut benar-benar sudah langka atau habis. *Kedua*, stok barang sebenarnya tersedia, namun distributor bermain berpekulasi dengan cara menimbun, tentu saja dengan langkanya persediaan harga ia bisa naikkan secara sepihak untuk meraup keuntungan yang berlipat.

Yang terjadi selanjutnya adalah ketidak seimbangan harga, akibat kelangkaan barang, karena penentuan harga (*price*) berada pada pemilik barang (distributor) Kelangkaan barang kebutuhan pokok biasanya cenderung menyulitkan

¹⁶ Baca harian Fajar pada Rubrik Ekonomi dan Bisnis dengan judul: *Apegti Minta Kran Distribusi Dibuka* (tanggal 3 Februari, 2008), h. 3

rakyat, dan tentu saja mempengaruhi tingkat kesejahteraan rakyat. Dalam ajaran Islam, harga boleh naik kalau bahan baku naik dan biaya produksi naik. Sepanjang harga produksi dan bahan baku tidak naik, walaupun stok suatu barang mulai langka, maka dalam pandangan fiqh, hukumnya haram dan dipersamakan dengan memakan riba.¹⁷ Karena itu, dalam pandangan agama-agama, apalagi Islam, bahwa tindakan spekulasi barang dan harga merupakan perbuatan tercela dan dilarang.

Permintaan (*demand*) berubah bisa dipengaruhi oleh antara lain: selera konsumen, bertambahnya jumlah penduduk, atau juga terjadi kasalahan ramalan masa datang. Ketika *income* perkapita penduduk berada pada titik nol, maka distribusi barang akan terganggu. Artinya, *supply* dan *demand* relatif akan mengalami stagnasi, karena orang-orang tidak memiliki uang untuk membeli, walaupun pada sisi *supply* dimana barang-barang membanjiri pasaran.

Dengan kata lain, *demand* akan mengalami stagnasi seiring dengan rendahnya daya beli masyarakat. Karena itu, jalur distribusi menjadi tema pokok pada setiap perencanaan sebuah produksi, baik barang maupun jasa¹⁸ Dari sisi *strategic marketing*, ada beberapa pasar justeru menjauhi penjualan langsung. Maka, survey distributor diperlukan untuk mengetahui omzet dan siapa pembelinya. Begitu pula diperlukan survey pemasok pesaing untuk mengetahui potensi pesaing.

¹⁷ Lihat Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, ed. III, 2006), 337.

¹⁸ Untuk menemukan cara yang paling efektif dalam pendistribusian barang diperlukan survey pasar, yaitu untuk mengetahui dimana konsumen membeli dan apa alasannya.

Pada sisi lain, masalah permintaan tidak dapat dipisahkan dengan peredaran uang. Ketika rakyat mempunyai uang mestinya semua rakyat dapat memperoleh barang hasil produksi untuk dibeli, tetapi kadang kita menghadapi masalah yang menyedihkan dalam hal peredaran uang karena perubahan sifat dan fungsi uang, menghambat arus peredaran barang maupun jasa.¹⁹

Menurut penulis, pembelakuan 'uang murni' sebagai alat transaksi dalam pandangan Islam tidak masalah, sepanjang uang itu tidak dialihkan fungsinya sebagai alat spekulasi. Fungsi uang pada hakikatnya bukan sebagai komoditi, tetapi sebagai alat tukar untuk mempermudah rakyat memperoleh barang dan jasa dalam rangka mempertahankan kehidupannya. Artinya, bisa saja permintaan suatu barang naik tetapi daya beli masyarakat rendah, maka akan terjadi pergeseran kurva supply²⁰.

Manurut Al-Gazali, permintaan haruslah dalam rangka meningkatkan kemakmuran ekonomi. Negara harus menegakkan keadilan, kedamaian dan keamanan serta stabilitas harga. Bila terjadi ketidakadilan dan kezaliman di

¹⁹ Muhammad Abu Saud, (edisi Bahasa Inggris oleh Syekh Ahmad Ali., *Outlines of Islamic Economica* (Sahaba Islamic Press, Safat, Kuwait), telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Achmad Rais: *Garis-garis Besar Ekonomi Islam—GBEI* (Gema Insani Press, Jakarta) h. 85.

²⁰ Fenomena kelangkaan minyak tanah dan BBM yang terjadi sejak 2007 hingga sekarang (2008), selain kebijakan pemerintah yang hendak mengkonversi minyak tanah dengan gas elpiji, belakangan ternyata ada sejumlah distributor ditangkap oleh aparat kepolisian karena distributor tersebut terbukti menimbun (menyembunyikan) minyak tanah. Begitu juga kalau terjadinya kelangkaan beras dan lainnya, kadang diakibatkan ulah distributor yang bertindak spekulasi. Biasanya spekulasi distributor atau agen tidak berlangsung lama seiring dengan keresahan pasar dan pro aktif pemerintah, misalnya, dalam operasi pasar.

mana orang-orang tidak dapat memperoleh kebutuhan akibat kelangkaan suatu barang, daya beli dan pendapatan publik menurun, kemakmuran dalam masyarakat menghilang, maka Negara harus menciptakan kondisi yang layak untuk meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan ekonomi.

4. Teori Demand Perspektif Makro Ekonomi Islam

Great depression adalah teori ekonomi klasik yang menjadi pegangan umum selama ini. Kelompok ekonomi klasik ini yakin bahwa pertumbuhan ekonomi dapat ditimbulkan dari sisi *supply* (penyediaan). Kebijakan ekonomi pada sisi *supply* dapat ditempuh dalam jangka pendek, serta pemerintah tidak perlu ikut campur tangan bila terjadi resesi. Hal ini diungkapkan oleh J.B Say²¹, seorang ekonomi klasik, dalam konsep '*Supply Creates its Own Demand*' (penawaran-penyediaan menciptakan sendiri permintaan), yang kemudian dikenal dengan Say's Law (hukum ekonomi Say).

Dalam teori Say's Law mengatakan, setiap barang yang diproduksi selalu ada yang meminta, dan harga adalah fleksibel sehingga kembali pada posisi *full employment* (semua orang pasti butuh)). Dengan kata lain, kata Say, dengan terus memproduksi barang dan jasa (agregat penawaran terus naik) maka akan tercipta permintaan untuk mengonsumsi barang tersebut²² (agregat permintaan

²¹ JB. Say dalam Adiwarmar Karim, *Ekonomi Makro Islami* (Jakarta: Rajawali Pres, ed. II, 2007) h. 24.

²²Sebagai ilustrasi, dahulu orang belum mengenal Hand Phone, akan tetapi pihak produsen terus menciptakan banyak Hand Phone, karena ia telah membaca jaman, dimana manusia (konsumen) suatu waktu pasti membutuhkannya. Ternyata, Hand Phone yang tadinya belum terlalu dibutuhkan, justeru lama kelamaan orang makin membutuhkan Hand Phone sebagai alat komunikasi maupun entertainment di kala penat dan stress. Namun belakangan teori Great

bertambah), sehingga tidak akan terjadi *overproduction* (kelebihan produksi).

Akan tetapi teori Say's Law yang beraliran klasik ini terbantahkan dengan munculnya teori modern dari John Maynard Keynes (1936). Keynes membantah tentang Great Depression dengan menerangkan bahwa, pemerintah harus melakukan campur tangan dalam mengendalikan perekonomian nasional, dengan kebijakan-kebijakan secara aktif sehingga mempengaruhi gerak perekonomian. Keynes menegaskan, bukan hanya penawaran (*supply*) saja yang menentukan pendapatan nasional, tetapi juga permintaan agregat²³, misalnya, dengan menurunkan pajak, meningkatkan belanja pemerintah (*government spending*).

Pentingnya peranan pemerintah dalam perekonomian, khususnya *demand* ini sebenarnya telah diungkapkan Ibn Khaldun²⁴ dengan pendapatnya yang terkenal di bidang ekonomi, bahwa pemerintah adalah pasar terbesar, ibu dari semua pasar dalam hal besarnya pendapatan dan penerimaan. Teori Ibn Khaldun mengungkapkan: "Jika pasar pemerintah mengalami penurunan, maka pasar yang lain pun akan ikut menurun bahkan dalam agregat yang lebih besar"²⁵. Dan Negara adalah faktor produksi terpenting dimana

Depression/Says Law JB Say ini terbantahkan dengan sendirinya dengan munculnya Teori Keynesian oleh John Maynard Keynes (1936) melalui bukunya: *The general Teori of Employment, Interest and Money*..

²³ Agregat artinya tingkat atau jumlah sokongan/dukungan.

Misalnya, *the aggregate of the gifts is US \$ 1.000* (Jumlah sokongan adalah US \$ 1.1000); Lihat John M. Echlos dan Hassan Shady: *An English—Indonesian Disctionary* (Jakarta: Gramedia, Cet. Xxv, 2003), h. 18.

²⁴ Ibnu Khaldun adalah filsaf Islam hidup pada tahun 732 H/1332 M—808H/1406 M).

²⁵ Lihat, Ibn Khaldun dalam Adiwarmanto A. Karim, *op.cit.*, h. 25

produksi tergantung pada penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) terhadap suatu produk.

Ibn Khaldun, seorang filosof muslim berpendapat, bahwa sisi pengeluaran keuangan publik sangatlah penting. Pada satu sisi, sebagian dari pengeluaran ini penting bagi aktivitas lain. Tanpa infrastruktur dan jaminan keamanan yang disediakan oleh Negara, produsen tidak akan memproduksi barang dengan baik. Pada sisi lain, pemerintah menjalankan fungsi terhadap sisi permintaan pasar. Dengan *agregat* permintaan pemerintah tersebut, berarti memicu produksi.

Menurut Adiwarmarman A. Karim, jika pemerintah menghentikan belanjanya, krisis akan terjadi. Oleh karena itu, semakin banyak yang dibelanjakan pemerintah (*demand*) semakin baik akibatnya bagi perekonomian.²⁶

Kebijakan fiskal dengan meningkatkan pembangunan infrastruktur, juga telah diterapkan pada zaman Khulafa'u Rasyidin, antara lain di zaman pemerintahan Umar bin Khattab. Kota Kuffah dan Basrah dibangun atas perintahnya, termasuk pembangunan jalan dan jembatan. Umar bin Khattab juga pernah memerintahkan Amr bin Ash yang kala itu menjadi gubernur Mesir untuk mengalokasikan sepertiga dari penerimaan Negara. Tindakan Umar bin Khattab yang paling terkenal di Mesir adalah membangun terusan (kanal) dari al-Fustat (ibukota Mesir yang terletak di dekat Kairo) ke terusan Suez yang disebut terusan Amirul Mukminin (*The Cannal of Commander of Beleivers*). Terusan ini adalah jalur transportasi terbesar yang menghubungkan Mesir, Laut Merah dan India. Tujuan pembangunan terusan adalah untuk memfasilitasi pelayaran antara Hijaz dan Mesir sehingga

²⁶ Adiwarmarman Azwar Karim, *op.cit.*, h. 409-410.

memudahkan transportasi dan pengiriman bahan makanan dari Mesir ke Madinah²⁷.

Islam memberikan penekanan pada konsep pemasaran bermasyarakat (*the societal marketing concept*) dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Karena itu seorang distributor muslim meneliti dan memilih pasar sasaran, mengembangkan tawaran barang yang berpihak pada kebutuhan dan kemampuan daya beli masyarakat. Konsep pemasaran bermasyarakat juga dikembangkan oleh ahli pemasaran barat yang sudah terkenal di dunia internasional, Philip Kotler²⁸. Kotler mendefinisikan, bahwa konsep pemasaran bermasyarakat adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen.

Konsep pemasaran bermasyarakat ini hemat penulis identik dengan distribusi dalam pandangan Islam, karena konsep pemasaran bermasyarakat menurut Kotler menuntut pemasar (distributor) untuk mempertimbangkan efek sosial dan nilai etis dari praktek-praktek distribusi. Mereka harus menyeimbangkan kriteria laba perusahaan dengan kepentingan publik.

Dalam tinjauan epistemologi Islam, sikap mementingkan diri sendiri adalah sikap yang terlarang, bahkan terkutuk. Oleh karena itu setiap mukmin harus

²⁷Ihat, *Ibid.*, 140-141.

²⁸Philip Kotler, *Marketing Management*, edisi Bahasa Indonesia: *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, ed. Millenium, jilid I, 2000), h. 29.

bijaksana dan adil serta bertanggung jawab terhadap kesulitan hidup orang lain. Dalam al-Qur'an (QS. An-Nahl, 16/9), Allah menegaskan: *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang kamu berbuat keji dan mungkar serta bermusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*

Dalam kaitan ini, Muhammad Sanad At-Tukhi mengemukakan sebuah hadis dari yang sanadnya dari Ali bin Abi Thalib, artinya:

“Allah telah mewajibkan kepada kaum muslimin yang mampu agar menafkahkan hartanya yang bisa menolong kesulitan kaum muslimin yang fakir dan miskin, sehingga mereka tidak menderita kelaparan dan kekurangan pakaian dan pangan. Ketahuilah, Allah akan mengadakan perhitungan yang ketat dan siksaan yang keras kalau mereka tidak melakukan hal itu”²⁹

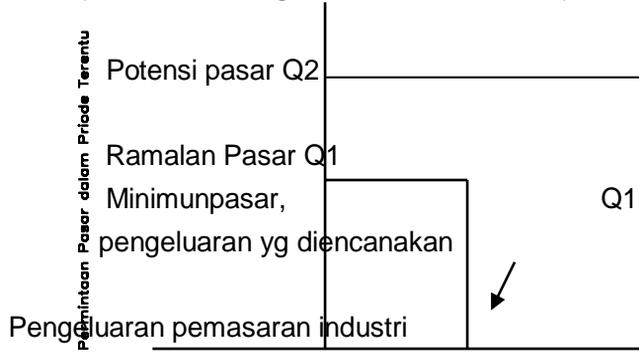
Philip Kotler membagi sisi *demand* (permintaan) dalam dua kategori: *Pertama*, permintaan pasar, dan kedua permintaan perusahaan.³⁰ Permintaan pasar untuk suatu produk adalah volume total yang akan dibeli oleh kelompok pelanggan tertentu di wilayah geografis tertentu pada periode waktu tertentu di lingkungan pemasaran tertentu dengan sistem pemasaran tertentu. Permintaan pasar dapat disebut *fungsi permintaan*. Ketergantungan demand pasar total pada

²⁹ Muhammad Sanad At-Tukhi, *Al-Adillatul Fiqhiyah lil Ibaadah wal' Mu'amalah* (Mesir: Darul I'tisham) telah diterjemahkan oleh Salim Basyarahil: *Ibadah Muamalah dalm Tinjaun Fiqh* (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), h. 67. Lihat pula hadits Riwayat Bukhari Muslim dalam Bab Mu'amalah.

³⁰Lihat, Philip Kotler, op.cit., h. 136-139.

kondisi yang mendasarinya digambarkan sebagai berikut:
Permintaan penawaran sebagai fungsi pengeluaran

Pemasaran (diasumsikan lingk. Pemasaran tertentu).



Sedangkan permintaan perusahaan adalah estimasi perusahaan mengenai pangsa permintaan pasar pada level-level alternatif usaha pemasaran dalam satu periode tertentu. Pangsa pasar perusahaan akan bergantung pada ukuran dan efektifitas pengeluaran pasarnya secara relatif pada pengeluaran para pesaingnya. Untuk mengukur bagaimana pengeluaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh level pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran dan efektifitas distribusinya. Jadi pasar adalah kumpulan seluruh pembeli aktual dan potensial dalam suatu tawaran pasar, bukan tawaran distributor.

Selanjutnya Philip Kotler mengemukakan delapan metode untuk mengukur distributor (pemasok) dalam sebuah bisnis. Enam diantaranya adalah: 1) ketepatan pengiriman uang; 2) harga; 3) reputasi distributor; 4) fleksibilitas pemasok; 5) pelayanan teknis; dan 6) keandalan produk;

Untuk masyarakat umum , tidak ada istilah toleransi kalau terjadi kehabisan stok khususnya dalam soal pangan dan sandang, tetapi untuk jenis barang tertentu, biasanya terjadi toleransi oleh kosumen. Dalam hal ini Peter Fisk³¹ mengemukakan, disamping ketersediaan stok, konsumen kini mengharapkan produk berkualitas terbaik, keyakinan bahwa keinginan masyarakat akan selalu dapat dipenuhi, diberikan solusi yang lebih personal.

Kebijakan pemerintah untuk membuka kran impor bebas biaya (*free tax*) misalnya, akan menghambat laju produktivitas dalam negeri karena biasanya harga-harga barang impor lebih murah daripada barang produksi dalam negeri sendiri. Sebaliknya, kebijakan pelarangan impor atau "pengantar pualauan" suatu barang akan menghambat suplai, akibatnya stok menjadi langka, dan ketika kelangkaan terjadi maka *demand* (permintaan pasar) cenderung naik. Artinya, pasar akan siap sedia membeli barang kebutuhannya walaupun dengan harga yang mahal.³²

³¹Peter Fisk, *Marketing Genius*, Capostone Publishing Limited, Edisi Indonesia, P.J. Rahmat Susanta, dkk, (Jakarta: PT. Elex' Media Komputindo, 2006), h. 41

³² Bandingkan kembali dengan teori kebutuhan antara Teori J.B Say dalam Teori Say's Law dengan John Maynard Keynes (1936); Teori Say mengatakan barang-barang harus diproduksi dengan berbagai ragamnya tanpa dibatasi pemerintah, nanti pasti orang butuh juga. Sebaliknya Keynes membantah bahwa pemerintah dalam keadaan tertentu harus melakukan intervensi dalam soal produksi barang-barang, karena apabila barang-barang diproduksi sebelum ada permintaan masyarakat, maka barang akan membanjiri pasar dan mubazzir. Selain itu, akan menciptakan ketergantungan dan keserakahan yang melampaui kebutuhan. Yang terjadi selanjutnya adalah daftar keinginan (hawa nafsu diikuti), sementara untuk memanusikan manusia harus ada kesetaraan antara pembangunan rohani yang non material itu dengan hawa nafsu yang cenderung material.

C. SIMPULAN

1. Fungsi *demand* yang selalu melibatkan barang dan manusia beserta sistem-sistemnya, dimana sistem-sistem itu mengandung nilai-nilai keadilan dan pemerataan. Ketidak seimbangan harga di pasaran, kadang diakibatkan oleh spekulasi distributor dan produsen. Ketika penentuan harga (price) berada pada pemilik barang (distributor) tanpa mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat, biasanya *demand* cenderung turun.
2. Dalam ajaran Islam, harga boleh naik kalau bahan baku naik dan biaya produksi naik. Akan tetapi jika permintaan naik, namun harga bahan baku atau harga produksi tidak naik, maka harga-harga tidak boleh dinaikkan, walaupun stok suatu barang mulai langka,
3. Mayoritas ahli fiqhi berpendapat bahwa spekulasi harga di tengah kelangkaan barang hukumnya haram, dan dipersamakan dengan memakan riba. Karena itu, dalam pandangan agama-agama, apalagi Islam, bahwa tindakan spekulasi barang dan harga di pada situasi permintaan naik merupakan perbuatan tercela dan dilarang
4. Dalam Islam melarang memonopoli atau tidak boleh memotong peluang orang lain untuk mendapatkan kelayakan hidup. Sistem distribusi yang adil dan merata bermakna tersedianya suatu barang dan atau akses jasa di suatu tempat agar manusia lain dapat menikmatinya. Islam menegaskan, pemerintah berkewajiban mengambil kebijakan penyelamatan harga dan tersedianya kebutuhan manusia dalam rangka mempertahankan nyawa (jiwa) rakyatnya. * * *

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim, (CD Rom Al-Qur'an).
- Abul A'la Al-Maududi, *Ususul Iqtisad Baina Al-Islam wa Nuzumul Mua'siran*, Darul Urban, Lahore, dalam Monzer Kahl *Ekonomi Islam Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (terj.), Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995.
- Adiwarman, Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- B. Krause, Wayne dan Mike Wijaya Sinaga, *Indonesian English Dictionary, Arranged in True Alphabetic Order*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.
- Beg, Tahir, dkk, 1979, *Islamicism an Anti-Exploitation*, in The Aligarth Magazine, Aligarth Muslim University, p. 80.
- Chapra, Umer, 2000, *Islam dan Pembangunan Ekonomi* (terj.), Gema Insani Press, Jakarta
- Fajri, Zul Em dan Ratu Aprilia Senja, t.th., *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Diva Publisher: Jakarta.
- Fisk, Peter, *Marketing Genius*, Capostone Publishing Limited, edisi Indonesia, P.J. Rahmat Susanta, dkk, PT. Elex` Media Komputindo, Jakarta, 2006.
- Harian Fajar pada Rubrik Ekonomi dan Bisnis dengan judul: *Apegti Minta Kran Distribusi Dibuka* (Makassar: PT. Media Fajar 2008) dan tanggal 10 Februari 2008 tentang Sistem Baru Distribusi Pupuk.
- : *Distribusi Barang ke Makassar Terhambat*, tanggal 22 Februari 2008, lihat pula Tajuk Rencana (Sabtu, 23 Februari 2008).
- M. Echlos, John dan Hassan Shadly: *An English—Indonesian Disctionary*, Jakarta: Gramedia, Cet. XXV 2003.
- Muhammad Abu Saud, (edisi Bahasa Inggris oleh Syekh Ahmad Ali:, *Outlines of Islamic Economica*, Sahaba Islamic Press, Safat, Kuwait, Edisi bahasa Indonesia oleh Achmad Rais: *Garis-garis Besar Ekonomi Islam—GBEI*, Gema Insani Press, Jakarta, 1991.
- Muhammad Sanad At-Tukhi, *Al-Adillatul Fiqhiyah lil Ibaadah wal' Mu'amalah* (Mesir: Darul I'tisham) edisi

bahasa Indonesia oleh Salim Basyarahil: *Ibadah Muamalah dalam Tinjauan Fiqh*, Jakarta: Gema Insani Press, 1993.

Muhammad, bin Hisam, *Bai'ut Taqsieth Ahkaamuhu Wa Adabuhu*, (terjmh. Abu Umar Al-Maidani): *Jual Beli secara Kredit Hukum dan Kode Etiknya Menurut Syari'at Islam*, Tibyan, Solo. 1419 H.

Philip Kotler, *Marketing Management*, edisi Bahasa Indonesia: *Manajemen Pemasaran*, ed. Millenium, jilid I, Prenhallindo, Jakarta, 2000,

Rauf, Muh. Abdul, Dr., 1979, *Islamic Doctrin of Economy*, in *The Journal Rabeta Al-Islami (Muslim World Lague, Mecca) Vol 4, No. 4.*

* * *