PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

*Makalah Ini Disusun untuk Memenuhi Tugas Pada Mata Kuliah
Ekonomi Mikro Islam*

Oleh :

KELOMPOK 8

NOLA AZ-ZAHRAH (90500120012)

NUR ADILLAH AGNUSIA (90500120017)

UMMUL FADILLAH (90500120019)

PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

TAHUN 2021

ABSTRAK

Struktur pasar dibedakan berdasarkan banyaknya penjual dan pembeli. Secara mudah dikatakan pasar yang terdiri dari banyak penjual dengan barang yang relatif homogen disebut pasar bersaing sempurna (perfect competition). Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar di mana jumlah penjual dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk atau barang yang ditawarkan atau dijual sejenis atau serupa. Pada pasar ini kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran dapat bergerak secara leluasa. Ada pun harga yang terbentuk benar-benar mencerminkan keinginan produsen dan konsumen. Permintaan mencerminkan keinginan konsumen, sementara penawaran mencerminkan keinginan produsen atau penjual. Bentuk pasar persaingan murni terdapat terutama dalam bidang produksi dan perdagangan hasil-hasil pertanian seperti beras, terigu, kopra, dan minyak kelapa. Bentuk pasar ini terdapat pula perdagangan kecil dan penyelenggaraan jasa-jasa yang tidak memerlukan keahlian istimewa (pertukangan, kerajinan).

Kata Kunci : Pasar, Persaingan, Produk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tugas makalah ini yang berjudul **“Pasar Persaingan Sempurna”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk memenuhi tugas Kelompok pada mata kuliah Ekonomi Mikro Islam.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Samsul, S.A.B., MA.** dosen mata kuliah Ekonomi Mikro Islam, yang telah memberikan tugas ini dan membantu kami baik secara moral maupun materi.

Kami menyadari, makalah yang kami tulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca sangat kami harapkan, guna menjadi acuan agar penulis bisa lebih baik lagi di masa mendatang.

Gowa, 6 November 2021

Kelompok 8

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan.....	3
BAB II PEMBAHASAN.....	4
A. Pengertian Pasar Persaingan Sempurna.....	4
B. Kurva Penawaran dan Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna.....	6
C. Efek Pengenaan Pajak.....	9
D. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna.....	10
E. Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Islam.....	13
BAB III PENUTUP.....	17
A. Kesimpulan.....	17
B. Saran.....	17
DAFTAR PUSTAKA.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Islam mengatur sistem kehidupan manusia Sejak zaman dahulu dan bersifat komprehensif. Islam mengatur semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual dan religius. Firman Allah menunjukkan sifat konferhensip Islam dalam ayat-Nya: “..... dan Kami turunkan kepadamu Al-Kitab (Al-Qur’an) untuk menjelaskan segala sesuatu “ (QS. An-Nahl: 89). Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ke-Tuhanan. Tujuan akhir dari Sistem ini bertitik tolak dari Allah dan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah yang mengatur dari berbagai sistem ini. Produksi, distribusi, konsumsi, pemasaran impor – ekspor merupakan aktifitas ekonomi yang tidak lepas dari titik tolak ke-Tuhanan dan bertujuan akhir untuk Tuhan. Kalau seorang muslim bekerja dalam bidang produksi atau pemasaran maka itu tidak lain karena ingin memenuhi perintah Allah SWT. “Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu. Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekiNya dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk: 15). Ketika menanam, seorang muslim merasa bahwa yang ia kerjakan adalah ibadah karena Allah. Begitu juga ketika ia sedang membajak, menganyam, ataupun berdagang. Makin tekun ia bekerja, makin taqwa ia kepada Allah, bertambah rapi pekerjaannya, bertambah dekat ia kepada Allah SWT. Karena itu tidak salah kalau kemudian dikatakan bahwa Islam adalah agama yang universal, mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, baik yang bersifat ibadah maupun muamalah. Begitu pula ekonomi, dalam Islam diatur bagaimana perilaku konsumen dan produsen dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Pasar yang

bersaing secara sempurna adalah impian setiap orang, karena dengan begitu keadilan antara produsen dan konsumen akan tercipta. Adam Smith dalam bukunya yang berjudul *An Inquiry into The Nature and Causes of The Wealth of Nations* menyebutkan bahwa, semua rumah tangga dan perusahaan yang berinteraksi di pasar, seolah-olah dibimbing oleh suatu kekuatan atau tangan yang tidak nampak (*invisible hand*), sehingga interaksi pasar dapat mengarah pada hasil yang diinginkan. Teori ini akan berhasil ketika dalam sebuah pasar tersebut tidak adanya kuasa pasar (*market power/monopolistic*) yaitu kemampuan satu pelaku (atau sekelompok kecil pelaku) ekonomi untuk mempengaruhi harga-harga yang berlaku di pasar. Hal ini menunjukkan pentingnya tercipta sebuah pasar persaingan yang sempurna, dimana baik produsen maupun konsumen berlaku sebagai *price taker*. Jauh sebelum itu, Islam telah memiliki prototipe bagaimana pasar yang ideal, dimana tidak ada kezhaliman, tidak adanya penguasaan oleh satu pelaku ekonomi dan sebagainya.¹

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan dengan kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Stanton, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian.²

¹ Temmy Wijaya. "Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Vol. IV* No. 2, (2020) 2-3

² Novita Lidyana. "Pasar Persaingan Sempurna dalam Islam." *Iqtishodiyah Vol.II* No. 2, (2016) 2

B. *Rumusan Masalah*

1. Apa yang dimaksud Pasar Persaingan Sempurna?
2. Bagaimana Kurva Permintaan dan Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna?
3. Apa saja Efek Pengenaan Pajak pada Pasar Persaingan Sempurna?
4. Apa Saja kelebihan dan kekurangan dalam Pasar Persaingan Sempurna?
5. Bagaimana Perpektif Islam tentang Persaingan Sempurna?

C. *Tujuan*

1. Mengetahui Definisi Pasar Persaingan Sempurna
2. Mengetahui Kurva Permintaan dan Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna
3. Mengetahui Efek Pengenaan Pajak dalam Persaingan Sempurna
4. Mengetahui Kelebihan dan Kekurangan pada Pasar Persaingan Sempurna
5. Mengetahui Perspektif Islam tentang Pasar Persaingan Sempurna

BAB II

PEMBAHASAN

A. *Pengertian Pasar Persaingan Sempurna*

Pasar persaingan sempurna adalah model pasar yang paling klasik dan paling sering digunakan dalam analisis ilmu ekonomi. Model ini telah dianggap sebagai teori dan secara luas digunakan untuk meramalkan keadaan ekonomi. Model ini telah mulai dibahas sejak era Adam Smith dalam bukunya *Wealth of Nations*. Edgeworth, dalam bukunya *Mathematical Physics* (1881), merupakan orang pertama yang mencoba menentukan definisi persaingan sempurna secara sistematis dan jelas.³

Menurut Gregory Mankiw dalam bukunya mendefinisikan pasar persaingan sempurna sebagai berikut: “Pasar persaingan sempurna (perfectly competitive market) adalah suatu pasar dimana terdapat banyak sekali pembeli dan penjual sehingga pengaruh masing-masing terhadap harga pasar dapat diabaikan karena sedemikian kecilnya”.⁴

Pasar persaingan sempurna yaitu industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual atau pembeli tidak dapat memengaruhi keadaan di pasar. Pada pasar bentuk ini ciri-cirinya adalah sebagai berikut ; **Pertama:** Perusahaan adalah pengambil harga. Pengambil harga berarti itu perusahaan yang ada dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. **Kedua:** Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk pasar. Sekiranya perusahaan mengalami kerugian dan ingin meninggalkan industri tersebut, ia dapat dengan mudah untuk keluar dari pasar. Sebaliknya jika ada produsen yang ingin masuk ke dalam industri, produsen tersebut dapat dengan mudah untuk melakukan kegiatan yang diinginkannya tersebut. **Ketiga:**

³ Posma Sariguna Johnson Kennedy. “*Pasar Persaingan Sempurna*.” (2018) 4

⁴ Aam S. Rusydiana & Kuni Afifah. “Pasar Persaingan Sempurna Dalam Perspektif Ekonomi Islam.”(<https://melakukan.com/wpcontent/uploads/2018/04/2010PasarPersainganSempurnadalamPerspektifEkonomiIslam.pdf>, Diakses Pada Tahun 2018)

Menghasilkan barang serupa. Barang yang dihasilkan oleh produsen sangat sama atau serupa. Tidak ada perbedaan yang nyata di antara barang yang dihasilkan suatu perusahaan dengan barang hasil produksi perusahaan lain. Sebagai akibat dari sifat ini yakni tidak ada gunanya kepada perusahaan-perusahaan untuk melakukan persaingan yang berbentuk persaingan bukan harga, karena hal tersebut tidak efektif untuk menaikkan penjualan mengingat para konsumen sudah mengetahui bahwa barang-barang yang dijual dalam industri tersebut antar produsen tidak ada bedanya sama sekali.

Keempat: Terdapat banyak perusahaan di pasar. Sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini ada dua aspek, yang pertama yakni jumlah perusahaan sangat banyak dan yang kedua yakni masing-masing perusahaan relatif kecil jika dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar. Hal ini berakibat pada produksi setiap perusahaan adalah sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut.

Kelima: Pembeli mengetahui pengetahuan sempurna tentang pasar. Dalam pasar persaingan sempurna dimisalkan jumlah pembeli sangat banyak. Namun demikian dimisalkan pula bahwa masing-masing pembeli memiliki pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan pasar. Hal tersebut berakibat pada para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.⁵

Pada dasarnya Pasar Persaingan Sempurna dimaknai sebagai pasar yang didalamnya terdapat banyak penjual dan pembeli, dengan Produk yang ditawarkan bersifat homogen (Identik) sehingga Pembeli dan Penjual tidak memiliki kuasa untuk

⁵ Temmy Wijaya. "Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Vol. IV* No. 2, (2020) 5-6

mempengaruhi harga. Dengan kata lain baik Pembeli dan Penjual bertindak sebagai Price Taker.⁶

B. Kurva Penawaran dan Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna

Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah. Permintaan total (total revenue) perusahaan sama dengan jumlah output dikali harga jual. Karena ketidakmampuan penjual dan pembeli dalam mempengaruhi harga (price takers), maka harga secara otomatis telah ditentukan (given) oleh pasar. Dengan demikian penerimaan rata-rata (average avenue) dan penerimaan marjinal (marginal revenue) adalah sama dengan harga. Dengan demikian dapat digambarkan kurva permintaan dan penawaran sebagai berikut :

Keterangan :

⁶ Belajar Ekonomi. "Karakteristik dan Analisa Pasar Persaingan Sempurna (Perfectly-Competitive Market)." (<https://www.ajarekonomi.com/2018/05/karakteristik-dan-analisa-pasar.html>, Diakses Pada 4 Mei 2018)

- ✓ Pada kurva (a) Industri, menunjukkan tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran.
- ✓ Pada kurva (b) Perusahaan, menunjukkan jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah.
- ✓ Karena perusahaan individual bertindak sebagai price takers, maka kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan berupa garis horisontal sebesar P

Keterangan:

- ✓ Kurva permintaan (D) sama dengan kurva penerimaan rata-rata (AR) sama dengan kurva penerimaan marjinal (MR) dan sama dengan harga (P).
- ✓ Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik (0,0)
 - Pemaksimalan Keuntungan pada Pasar Persaingan Sempurna

Perusahaan akan bekerja dalam situasi jangka pendek dan jangka panjang, dimana keduanya memiliki model pemaksimalan keuntungan (max profit) yang berbeda-beda. Analisis jangka pendek (short run), adalah dianggap setiap produsen tidak bisa

menambah kapasitas pabriknya dan tidak mungkin bagi produsen-produsen baru masuk ke dalam pasar. Sedangkan analisis jangka panjang (long run) adalah di mana dimungkinkan adanya baik perluasan kapasitas pabrik oleh perusahaan-perusahaan yang telah ada maupun pembangunan pabrik-pabrik baru oleh pengusaha-pengusaha baru yang masuk ke pasar.

Pemaksimalan Keuntungan pada Ekuilibrium

Suatu perusahaan dalam kondisi ekuilibrium ketika ia mencapai keuntungan (profit, π) maksimum. Keuntungan (π) adalah perbedaan atau selisih antara total cost (TC) dan total revenue (TR). Dengan demikian dapat dituliskan sebagai berikut: $\pi = TR - TC$. secara grafis dapat ditunjukkan melalui dua pendekatan, yaitu :

1. Menggunakan kurva TR dan TC

Kurva TR adalah suatu garis lurus melalui origin, yang menunjukkan bahwa harga output adalah konstan pada semua tingkat output. Produsen akan selalu menerima harga atau price taker dan dapat menjual setiap outputnya pada harga pasar yang berlaku dengan TR yang naik secara proporsional dengan volume penjualannya. Slope kurva TR adalah marginal revenue (MR). MR ini konstan dan sama dengan harga pasar (P), karena semua unit output dijual pada harga yang sama. Dengan demikian secara matematis dapat dituliskan :

$$MR = AR = P = P_{\text{ekuilibrium}}.$$

Perusahaan mencapai keuntungan maksimum pada penjualan output ekuilibrium, di mana jarak vertikal antara kurva TR dan kurva TC paling lebar.

2. Menggunakan kurva MR dan MC

Maksimisasi keuntungan atau profit dapat dijelaskan juga menggunakan kriteria marginal revenue sama dengan marginal cost (atau $MR=MC$). Karena MR untuk perusahaan pada pasar persaingan sempurna adalah P, maka output optimal dihasilkan jika $P = MC$.⁷

C. Efek Pengenaan Pajak

Pada pasar persaingan sempurna, pasar terdapat banyak pembeli dan penjual tidak dapat mempengaruhi harga pasar, penjual dan pembeli bebas keluar masuk pasar, barang yang dijualpun sifatnya homogen. Pengenaan pajak pada pasar persaingan meningkatkan harga penjualan barang, pajak dibebankan pada konsumen, dan pajak yang dibayarkan perusahaan ke pemerintah dapat menggeser beban pajak kepada konsumen dengan menaikkan harga penjualan.⁸

Adapun Efek pengenaan Pajak Yaitu :

1. Pajak Lump-Sum

Pajak yang dikenakan oleh pemerintah kepada perusahaan dalam bentuk suatu nilai tertentu yang besarnya tetap

2. Pajak Keuntungan

Pajak keuntungan adalah pajak yang dikenakan sebagai bagian persentase dari keuntungan bersih perusahaan.

3. Pajak Per-unit Output

Pajak per-unit output mempengaruhi harga per-unit komoditas yang ditawarkan

4. Pajak penjualan yang spesifik

⁷ Posma Sariguna Johnson Kennedy. "Pasar Persaingan Sempurna." (2018) 10-13

⁸ AmaliaKusumaDewi. "PajakPenjualanPadaPasarPersainganSempurna"(<https://www.scribd.com/document/371719724/Pajak-Penjualan-Pada-Pasar-Persaingan-Sempurna>), Diakses Pada 17 Februari 2018

Pajak penjualan yang spesifik dikenakan atas dasar jumlah output yang dihasilkan. Semakin banyak output yang dihasilkan semakin besar pula jumlah pajak yang harus dibayar oleh perusahaan.⁹

D. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna

Di dalam struktur pasar persaingan sempurna akan selalu terwujud efisiensi. Efisiensi yang dikenal ada dua jenis, yaitu efisiensi produktif dan efisiensi alokatif, yang akan dijelaskan berikut ini :

a) Efisiensi produktif

Untuk mencapai efisiensi produktif harus dipenuhi dua syarat. Syarat pertama adalah untuk setiap tingkat produksi, biaya yang dikeluarkan adalah yang paling minimum. Untuk menghasilkan suatu tingkat produksi berbagai gabungan faktor-faktor produksi, yang paling efisien adalah gabungan yang mengeluarkan biaya paling sedikit. Syarat ini harus dipenuhi pada setiap tingkat produksi. Syarat yang kedua adalah industri secara keseluruhan harus memproduksi barang pada biaya rata-rata yang paling rendah, yaitu pada waktu kurva AC mencapai titik yang paling rendah. Apabila suatu industri mencapai keadaan tersebut maka tingkat produksinya dikatakan mencapai tingkat efisiensi produksi yang optimal, dan biaya produksi yang paling minimal.

b) Efisiensi Alokatif

Alokasi sumber-sumber daya mencapai efisiensi yang maksimum apabila dipenuhi syarat berikut : harga setiap barang sama dengan biaya marjinal untuk memproduksi barang tersebut. Berarti untuk setiap kegiatan ekonomi, produksi harus terus

⁹ Fair Nurfachrizi. "*Pasar Persaingan Sempurna*." (<https://www.slideshare.net/FairNurfachrizi/pasar-persaingan-sempurna-47755695>, Diakses pada 4 Mei 2015)

dilakukan sehingga tercapai keadaan dimana harga=biaya marjinal. Dengan cara ini produksi berbagai macam barang dalam perekonomian akan memaksimalkan kesejahteraan masyarakat.

Beberapa kelebihan dari pasar persaingan sempurna dibandingkan bentuk/struktur pasar-pasar yang lain, adalah :

1) Persaingan sempurna memaksimalkan efisiensi

Pada struktur pasar persaingan sempurna, dalam jangka panjang perusahaan akan mendapat untung normal (normal profit). Keuntungan normal ini akan dicapai apabila biaya produksi adalah yang paling minimum. Dengan demikian dalam jangka panjang efisiensi produktif selalu dicapai oleh perusahaan dalam persaingan sempurna. Selain itu dalam persaingan sempurna harga = hasil penjualan marjinal. Dalam melakukan pemaksimalan keuntungan syaratnya adalah hasil penjualan marjinal = biaya marjinal. Dalam jangka panjang keadaan ini juga berlaku, yaitu harga = hasil penjualan marjinal = biaya marjinal. Kesamaan ini membuktikan bahwa pasar persaingan sempurna juga mencapai efisiensi alokatif. Dengan demikian efisiensi produktif dan efisiensi alokatif dapat dicapai dalam pasar persaingan sempurna.

2) Adanya kebebasan untuk memilih (choice)

Di dalam pasar yang bebas seperti yang terjadi pada struktur pasar persaingan sempurna, tidak seorang pun mempunyai kekuasaan dalam menentukan harga, jumlah produksi dan jenis barang yang diproduksi. Begitu pula dalam menentukan bagaimana faktor-faktor produksi digunakan dalam masyarakat, efisiensilah yang menjadi faktor yang menentukan pengalokasinya. Dengan adanya kebebasan untuk memproduksi

berbagai jenis barang, maka masyarakat juga dapat mempunyai pilihan yang lebih banyak terhadap barang-barang dan jasa-jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat mempunyai kebebasan yang penuh atas pilihan yang akan dibuatnya dalam menggunakan faktor-faktor produksi yang mereka miliki.

Disamping memiliki kelebihan, pasar persaingan sempurna juga memiliki Kekurangan antara lain :

1) Persaingan sempurna tidak mendorong inovasi.

Dalam pasar persaingan sempurna teknologi dapat dicontoh dengan mudahnya oleh perusahaan lain, sehingga tidak ada insentif bagi perusahaan untuk mengembangkan teknologi dan teknik memproduksi yang baru. Oleh sebab itulah keuntungan dalam jangka panjang hanyalah berupa keuntungan normal (normal profit), karena walaupun pada awalnya perusahaan dapat menaikkan efisiensi dan menurunkan biaya, namun perusahaan-perusahaan lain dalam waktu singkat juga berbuat yang sama. Ketidakekalan keuntungan dari mengembangkan teknologi ini menyebabkan perusahaan-perusahaan tidak terdorong untuk melakukan perkembangan teknologi dan inovasi. Selain itu juga, perusahaan-perusahaan yang terdapat pada struktur pasar persaingan sempurna biasanya kecil ukurannya, sehingga tidak mampu membuat penelitian untuk mengembangkan teknologi yang lebih baik karena sangat mahal biayanya.

2) Persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya sosial. Ditinjau dari sudut pandangan perusahaan, penggunaan sumber daya mungkin sangat efisien. Namun ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, adakalanya merugikan. Contohnya dengan adanya pencemaran, dan sebagainya.

- 3) Membatasi pilihan konsumen. Karena barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan adalah sama semua, konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang akan dikonsumsi.
- 4) Biaya dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi. Dikatakan biaya produksi dalam pasar persaingan sempurna adalah paling minimum. Namun dapat saja ini tidak selalu benar, karena mungkin saja perusahaan-perusahaan di struktur pasar lainnya mungkin dapat mengurangi biaya produksi sebagai akibat menikmati skala ekonomi, perkembangan teknologi dan inovasi.
- 5) Distribusi pendapatan tidak selalu rata. Pola permintaan akan menentukan bentuk pengalokasian sumber-sumber daya. Ini berarti distribusi pendapatan menentukan bagaimana bentuk dari penggunaan sumber-sumber daya yang efisien. Jika distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber-sumber daya (yang dialokasikan secara efisien) dapat saja akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan kaya.¹⁰

E. *Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Islam*

Mekanisme pasar yang Islami menurut Ibnu Taimiyah haruslah memiliki kriteria-kriteria berikut:

1. Orang-orang harus bebas untuk masuk dan keluar pasar. Memaksa penduduk menjual barang tanpa ada kewajiban untuk menjualnya adalah tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2. Tingkat informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan adalah perlu.

¹⁰ Posma Sariguna Johnson Kennedy. "*Pasar Persaingan Sempurna*." (2018) 14-17

3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar sehingga segala bentuk kolusi antara kelompok para penjual dan pembeli tidak diperbolehkan.
4. Homogenitas dan standardisasi produk sangat dianjurkan ketika terjadi pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan-kecurangan dalam mempresentasikan barang-barang tersebut.
5. Setiap penyimpangan dari kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, penimbangan yang tidak tepat, dikecam oleh ajaran Islam. Dari pendapat Ibnu Taimiyah di atas tentang mekanisme pasar dalam Islam, kita dapat melihat mekanisme-mekanisme tersebut mengarah pada karakteristik pasar persaingan sempurna. Hal itu berarti bahwa pasar dalam Islam itulah yang dalam teori konvensional disebut dengan pasar persaingan sempurna, dimana asumsi-asumsi yang disebutkan oleh pakar ekonomi konvensional ada (ditemukan) dalam pasar yang Islami. Salah satu contoh pasar persaingan sempurna dalam pasar Islam adalah yang terjadi pada masa khalifah Umar bin al-Khattab RA. Pada saat itu Umar berjalan dipasar kurma, ketika itu Umar mendapati salah seorang pedagang yang menjual dibawah harga yang ada di pasar tersebut. Umar memberikan dua pilihan pada penjual tersebut, yang pertama naikkan harga sampai sama dengan harga yang ada di pasaran atau keluar dari pasar ini. Kisah di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam sebuah pasar persaingan sempurna harga yang ditawarkan adalah sama dengan harga yang ditawarkan oleh seluruh pedagang dalam pasar tersebut jika barang dagangan tidak terdeferensiasi (berbeda). Masih menurut Ibnu Taimiyah bahwa penetapan harga menjadi penting atau diperlukan untuk mencegah manusia (produsen) menjual makanan dan barang lain hanya kepada kelompok tertentu dengan harga ditetapkan sesuka

hati. Ini merupakan kezaliman di muka bumi, demi tercapainya kemaslahatan wajib diterapkan penetapan harga. “Sesungguhnya kemaslahatan manusia belum sempurna kecuali dengan penetapan harga. Yang demikian itu perlu dan wajib diterapkan secara adil dan bijaksana,” kata Ibnu Taimiyah.

- **Adam Smith vs Ibnu Taimiyah**

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar. Di mana para penguasa atau pemodal (pemilik modal) mengendalikan harga sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil supply dan demand dalam pasar tersebut, melainkan ketentuan dari para pemodal. Berbalik dengan sistem kapitalis, dalam sosialisme mekanisme pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah. Kedua sistem konvensional tersebut akan berdampak pada minimnya terjadi pasar persaingan sempurna (perfect competition), bahkan membawa pada persaingan yang tidak sehat. Padahal dalam bukunya “Wealth of Nations” Adam Smith menyatakan bahwa ada tangan yang tak nampak yang akan membimbing pelaku pasar sehingga interaksi pasar dapat mengarah pada hasil yang diinginkan. Jika kita terapkan teori Adam Smith ini dalam perekonomian konvensional (kapitalis dan sosialis), maka tujuan pasar tidak dapat tercapai karena dalam sistem kapitalis akan terjadi market power yang membawa pasar pada persaingan monopolistik dan dalam sistem sosialis akan terjadi penguasaan pemerintah terhadap harga sehingga penawaran dan permintaan tidak dapat menyesuaikan diri secara alamiah. Hal ini mengakibatkan lumpuhlah kekuatan tangan tak nampak dalam mengkoordinasikan pelaku pasar dalam membentuk perekonomian. Berbeda dengan yang di atas, pasar persaingan sempurna (perfect competition) sangatlah bersesuaian dengan teori-teori

yang dikemukakan Ibnu Taimiyah yang menyebutkan bahwa dalam pasar Islam kebebasan berekonomi itu ada namun juga ada intervensi pemerintah dalam batas-batas dan keadaan yang dibutuhkan. Pasar persaingan sempurna sangatlah mungkin terjadi ketika sistem ekonomi yang dipakai adalah sistem Islam. Teori-teori yang dikemukakan Adam Smith dapat terealisasi ketika pasar yang dihadapi adalah pasar persaingan sempurna. Maka, ketika sistem yang digunakan adalah sistem kapitalisme dan sosialisme, pasar persaingan sempurna akan sulit terjadi.¹¹

¹¹ H. Ahmad Afan Zaini, S.Pd., M.M., M.Pd. "Pasar Persaingan Sempurna Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ummul Qura Vol. IV* No. 2 (2014) 100-101

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pasar Persaingan Sempurna dimaknai sebagai pasar yang didalamnya terdapat banyak penjual dan pembeli, dengan Produk yang ditawarkan bersifat homogen (Identik) sehingga Pembeli dan Penjual tidak memiliki kuasa untuk mempengaruhi harga. Dengan kata lain baik Pembeli dan Penjual bertindak sebagai Price Taker. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah: a) Produk yang di jual haruslah homogen, b) Antara penjual dan pembeli tidak ada asymmetric information, c) Output perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan output pasar, d) Perusahaan bertindak sebagai price taker, dan e) Kebebasan keluar masuk pasar.

B. Saran

Dalam penulisan makalah ini kami menyadari masih banyak kekurangan baik dari bentuk maupun isinya. Maka dari itu kami menyarankan kepada pembaca agar ikut peduli dalam pembuatan makalah ini, yaitu dengan memberikan kritik dan saran demi perbaikan makalah yang kami buat selanjutnya. Dan semoga dengan adanya makalah ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah Ilmu pengetahuan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekonomi, B. (2018, mei 4). *Karakteristik dan Analisa Pasar Persaingan Sempurna (Perfectly-Competitive Market)*. Diambil kembali dari Ajarekonomi.com: <https://www.ajarekonomi.com/2018/05/karakteristik-dan-analisa-pasar.html>
- Kennedy, P. S. (2018). *Pasar Persaingan Sempurna*. 4.
- Lidyana, N. (2016). *Pasar Persaingan Sempurna Dalam Islam. Iqtishodiyah, II(2), 2.*
- Nurfachrizi, f. (2015, Mei 4). *Pasar Persaingan Sempurna*. Diambil kembali dari slideshare.net: <https://www.slideshare.net/FairNurfachrizi/pasar-persaingan-sempurna-47755695>
- Rusydiana, A. S., & Afifah, K. (2018, April 4). *Pasar Persaingan Sempurna dalam Persepektif Ekonomi Islam*. Diambil kembali dari melakukan.com: [https://melakukan.com/wpcontent/uploads/2018/04/2010 Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Ekonomi Islam.pdf](https://melakukan.com/wpcontent/uploads/2018/04/2010_Pasar_Persaingan_Sempurna_dalam_Perspektif_Ekonomi_Islam.pdf)
- Samsul, S. (2019). Analisis Pemanfaatan Harta dalam Konsumsi Masyarakat Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam. *Al-Azhar Journal of Islamics, 1(2)*, 110-130.
- Wijaya, T. (2020). *Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. Kajian Ekonomi dan Perbankan, IV(2), 2-3.*
- Zaini, H. A. (2014). *Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Ekonomi Islam. Ummul Qura, IV(2), 100-101.*