

**PENJABARAN KASUS MARAKNYA PENAWARAN UANG MENDEKATI HARI
LEBARAN MENURUT PANDANGAN EKONOMI DAN BISNIS DALAM ISLAM****(Andika Indra Prasetyo¹, Yulisa Nurul Komaria², Zalqira Najarillah³)**

Universitas Trunojoyo Madura

Email: 220721100033@student.trunojoyo.ac.id,220721100094@student.ac.id,220721100108@student.ac.id**Abstrak**

Menjelang hari kemenangan biasanya kita akan mempersiapkan semuanya untuk bertemu keluarga besar, mulai dari pakaian, transportasi, oleh-oleh, dan yang paling penting adalah uang yang akan diberikan kepada sanak saudara atau keponakan jauh yang datang pada hari itu. Namun tanpa kita sadari terkadang penawaran pecahan uang pada saat mendekati hari raya lebaran memang sangat marak dan selalu ramai oleh orang-orang yang menukarkan uangnya dengan pecahan uang baru, yang pasti kita selalu membayar lebih untuk uang yang kita tukarkan tersebut. Namun hal itu menjadi pandangan yang tidak biasa bagi orang yang bergelut dalam ekonomi dan bisnis, terlebih dalam Islam sendiri. Hal itu biasanya menjadi salah satu faktor adanya riba yang tanpa kita sadari kita sudah melakukan transaksi dan akad dengan riba tersebut. Maka dari itu penelitian ini akan membahas mengenai penawaran uang dalam pandangan ekonomi dan bisnis Islam serta bagaimana pandangannya menurut ekonomi dan bisnis Islam. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif, yang mana data yang diambil merupakan data yang relevan sehingga tidak perlu ragu akan keabsahan data yang diinput pada jurnal ini.

Kata Kunci : Hari Lebaran, Penawaran Uang, Ekonomi Dan Bisnis Islam**PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia saat ini telah melewati hari kemenangan atau biasanya disebut dengan hari lebaran, tepat 7 hari yang lalu hari lebaran bagi semua kaum Islam telah terjadi dan saat ini masih terdapat beberapa tradisi dari nenek moyang Indonesia yang secara turun temurun dilakukan yaitu adanya lebaran “kupati” atau biasa disebut dengan “kupati”¹. Pada hari lebaran sendiri biasanya semua orang mempersiapkan seluruhnya untuk mudik bersama dengan keluarga besar atau adanya halal bihalal yang diadakan oleh tuan rumah bagi sanak saudara yang akan berkunjung ke rumah untuk memperingati halal bihalal tersebut. Hal itu bagi semua orang biasanya direpotkan oleh baju baru lebaran, kebersihan rumah, berbagai macam hidangan makanan, hingga yang paling penting adalah adanya uang pecahan yang biasanya dibagikan kepada anak saudara atau keponakan sendiri yang akan datang berkunjung ke rumah.

Dalam keadaan itu sendiri sepertinya sudah bukan menjadi hal yang tabu dengan adanya jasa penukaran uang yang selalu ramai dipinggir jalan, dengan menjajakan pecahan uang yang disediakan hingga bermacam-macam amplop yang dijual guna ikut memeriahkan hari kemenangan. Namun rupanya hal tersebut masih menjadi problematika bagi sebagian besar orang yang paham mengenai penawaran tukar uang tersebut, hal itu terbukti dengan adanya hukum riba yang terdapat pada saat melakukan transaksi untuk penukaran pecahan uang tersebut. Hal itu rupanya menjadi perdebatan antara orang awam dengan para ahli dari

¹ Adiwirman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2014).

ekonomi dan bisnis islam, yang mana mereka mengatakan bahwasannya hukum nya sah-sah saja dalam akad penawaran penukaran uang akan tetapi dengan syarat tanpa adanya riba di dalam akan tersebut².

Sontak hal itu membuat geram orang-orang yang memiliki jasa penawaran penukaran uang tersebut, pasalnya adanya statement seperti itu merupakan hal yang sangat merugikan orang yang memiliki jasa penawaran penukaran uang. Karena hal itu bisa jadi menurunkan omzet penjualan yang biasanya dilakukan dan juga mereka akan kehilangan banyak pelanggan yang biasanya menukarkan uang kepada pemberi jasa penawaran penukaran uang tersebut³. Namun jika kita tilik kembali beberapa faktor memang menyebabkan penawaran penukaran uang menjadi hal yang tidak diperbolehkan, salah satu faktor paling penting yaitu adanya riba di dalam akad penukaran uang tersebut. Bagaimana tidak disebut dengan riba, bilamana kita menukarkan uang Rp. 1.000.000, 00 misalnya kita akan dikenakan beberapa persen dari biaya penukaran dan hal tersebut otomatis menjadi riba karena mengambil keuntungan dengan cara yang salah dari orang lain. Namun beberapa orang juga masih mengatakan bahwasannya jika hal itu sah-sah saja dan tidak ada sangkut paut nya terhadap ekonomi dan bisnis dalam islam⁴.

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Penawaran

Penawaran (*supply*) dalam ilmu ekonomi adalah banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada tiap tingkat harga selama periode waktu tertentu. Jadi, penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar periode tertentu dan tingkat harga tertentu. Menurut Hanafie dalam ilmu ekonomi, istilah penawaran (*supply*) adalah jumlah barang tertentu yang hendak dijual pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu, *ceteris paribus*⁵. Sedangkan menurut Febianti penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Lain halnya menurut Ahman penawaran diartikan sebagai keseluruhan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan dalam berbagai kemungkinan harga yang berlaku di pasar selama satu periode tertentu⁶.

Menurut Raysitho penawaran adalah salah satu kekuatan yang menentukan keseimbangan pasar. Penawaran pasar atas suatu produk menunjukkan total penawaran seluruh produsen yang ada di pasar, yang ditentukan oleh harga produk itu sendiri, harga produk lain, biaya produksi, teknologi, kebijakan pemerintah, besar pajak dan subsidi, dan lain-lain. Jika harga suatu produk semakin murah, maka jumlah penawaran produk tersebut akan semakin kecil, demikian sebaliknya⁷.

Penawaran akan selalu berkorelasi positif terhadap harga (P). Ini berarti semakin tinggi suatu harga produk, semakin memberikan insentif kepada produsen untuk meningkatkan produksinya dan kemudian menawarkannya kepada konsumen yang membutuhkan. Sebaliknya, semakin rendah suatu harga produk, semakin kurang insentif bagi produsen untuk memproduksi dan menawarkannya. Hal ini disebabkan karena makin rendah suatu harga, makin kecil suatu keuntungan atau malah timbul kerugian. Di samping itu, ongkos produksi juga merupakan faktor penting dalam menentukan penawaran suatu produk.

² Abdul Hafid, "Konsep Penawaran Dalam Prespektif Islam" 2, no. 1 (2015): 207.

³ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013).

⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2015).

⁵ Vinna Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2016).

⁶ yopi nisa Febrianti, "Penawaran Dalam Ekonomi Mikro" 2, no. 1 (2017): 160–61.

⁷ Raysitho Patoh, "Permintaan Dan Penawaran Beras Di Indonesia" 16, no. 4 (2013): 836.

Ongkos produksi pada gilirannya ditentukan oleh harga dari faktor *input*. Kemajuan teknologi berperan sangat penting dalam mengurangi ongkos produksi karena perubahan dalam teknologi yang lebih maju memungkinkan dipakainya cara-cara produksi yang jauh lebih efisien dan tentu saja lebih murah daripada sebelumnya⁸.

B. Teori Penawaran Dalam Islam

Menurut Sumar'in penawaran adalah jumlah produk tertentu yang para penjual bersedia untuk menjualnya pada pasar tertentu pada saat tertentu. Sedangkan Menurut Lipsey, dkk makin tinggi harga suatu produk, makin besar jumlah produk yang ditawarkan, dengan catatan faktor yang lain sama (*ceteris paribus*)⁹. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penawaran adalah jumlah barang ataupun jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga tertentu dan selama periode waktu tertentu. Harga suatu barang adalah faktor yang paling penting untuk menentukan penawaran barang. Oleh karenanya, teori penawaran (*supply*) selalu memfokuskan perhatiannya terhadap hubungan antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Ibnu Khaldun berpendapat tentang penawaran, bila penduduk kota memiliki makanan berlebih dari yang mereka butuhkan akibatnya harga makanan menjadi murah, tapi di kota kecil, bahan makanan sedikit, maka harga bahan makanan akan tinggi. Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga akan naik. Namun bila jarak antar kota dekat dan aman akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, sehingga harga akan turun¹⁰. Keinginan para penjual dalam menawarkan harganya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

- Harga barang itu sendiri dan harga barang lain/substitusi

Jika harga barang naik maka penawaran akan meningkat. Dan jika harga barang rendah maka penawaran akan menurun.

- Biaya Produksi

Biaya adalah yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan jasa. Mencakup biaya tenaga kerja, bahan baku, sewa gedung dan lainlain. Dalam prinsip akuntansi, biaya adalah semua item yang masuk dalam neraca rugi laba.

- Tingkat Teknologi yang Dilakukan

Tingkat teknologi memegang peranan penting dalam menentukan banyaknya jumlah barang yang dapat ditawarkan. Kenaikan produksi dan perkembangan ekonomi yang pesat di berbagai negara terutama disebabkan oleh penggunaan teknologi yang semakin modern. Kemajuan teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktivitas.

METODE PENELITIAN

⁸ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Kerabet Widdjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002).

⁹ Sumarmi, *Ekonomi Islam (Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Presepektif Islam)* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

¹⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009).

Dalam pembahasan kali ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang artinya data data yang dihimpun dan yang dimasukkan kedalam pembahasan ini merupakan data yang relevan. Karena data-data yang digunakan merupakan data yang memiliki keabsahan dan relevan terkait apa yang menjadi pokok bahasan pada penelitian kali ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemikiran ekonomi Islam diawali sejak masa Nabi Muhammad SAW diutus menjadi seorang rasul. Beberapa kebijakan yang dikeluarkan Rasulullah SAW selain masalah hukum (fiqh) dan politik (siyasah), kebijakan dalam hal perniagaan atau ekonomi (muamalah) juga berkenaan dengan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan. Rasulullah SAW menjadikan masalah ekonomi sebagai suatu hal yang harus diperhatikan¹¹. Para ahli ekonomi mengelompokkan ekonomi dalam ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro mempelajari perilaku tiap-tiap individu dalam setiap unit ekonomi yang dapat berperan sebagai konsumen, pekerja, investor, pemilik tanah, ataupun perilaku sebuah industri¹². Ekonomi mikro menjelaskan cara dan alasan yang melatarbelakangi sebuah pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi. Dalam pembahasan ekonomi mikro Islam faktor moral atau norma yang terangkum dalam tatanan syariah menjadi variable yang penting dan perlu dijadikan sebagai alat analisis.

Hukum penawaran menunjukkan keterkaitan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harga. Hukum penawaran adalah “semakin tinggi harga, semakin banyak jumlah barang yang bersedia ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat harga, semakin sedikit jumlah barang yang bersedia ditawarkan.” Hukum penawaran akan berlaku apabila faktor lain yang memengaruhi penawaran tidak berubah (*ceteris paribus*)¹³.

Hukum penawaran barang atau jasa bisa juga didefinisikan sebagai berikut.

- Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan (jumlah penawaran atau *quantity supply*) dengan harga barang adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi, orang yang melihat potensi mendapat keuntungan akan menjual barang yang diproduksi atau dimilikinya sehingga jumlah penawaran barang tersebut akan menjadi tinggi. Sebaliknya apabila harga turun, jumlah penawaran pun akan turun. Semakin sedikit orang yang dapat memperoleh keuntungan dari harga yang rendah, sedangkan mereka yang tidak memperoleh keuntungan dari harga yang rendah akan menunda penjualan semakin berkurang jumlah penawaran di pasar.
- Menganalisis penawaran perlu pula dibedakan antara penawaran (*supply*) dan jumlah penawaran (*quantity supplied*) secara ringkas perubahan pada harga barang atau jasa mengakibatkan perubahan pada jumlah penawaran barang atau jasa tersebut.
- Perubahan pada variabel lain akan mengakibatkan perubahan jasa atau barang tersebut. Arah pergeseran keatas atau kebawah bergantung pada efek perubahan masing-masing variabel terhadap jumlah penawaran pada harga yang tetap

Berikut adalah pendapat ekonom muslim tentang penawaran:

(a) Menurut Ibnu Taimiyyah

¹¹ M. Azirul Tanjung, *Meraih Surga Dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013).

¹² An'im Fattach, “Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam” 2, no. 3 (2017): 456.

¹³ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonom Islam* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014).

Beliau berpendapat bahwa besar kecilnya kenaikan harga tergantung pada besarnya perubahan permintaan dan/atau penawaran. Bila transaksi sesuai aturan, maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Ibnu Taimiyyah juga menjelaskan bahwa ada dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran, yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjual, misalnya penimbunan. Adapun faktor lain yang mempengaruhi penawaran dan permintaan menurut beliau adalah intensitas dan besarnya permintaan, kelangkaan dan melimpahnya barang, kondisi kredit/pinjaman dan diskonto pembayaran tunai. Ibnu Taimiyyah merekomendasikan intervensi pemerintah dalam penetapan harga ketika terjadi ketidaksempurnaan memasuki pasar. Pendapat ini bertentangan dengan pendapat dua mazhab terkenal yaitu mazhab Hanbali dan Syafi'i yang menyatakan bahwa pemerintah tidak mempunyai hak untuk menetapkan harga.

(b) Menurut Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun mengakui adanya permintaan dan penawaran terhadap penentuan harga jauh sebelum konsep itu dikenal bangsa Barat. Ibnu Khaldun menekankan bahwa kenaikan penawaran atau penurunan menyebabkan kenaikan harga. Demikian pula sebaliknya, ia percaya bahwa rendahnya harga akan merugikan pengrajin dan pedagang sehingga mereka keluar dari pasar, sedangkan akibat dari tingginya harga akan menyusahkan konsumen, terutama kaum miskin yang menjadi mayoritas dalam sebuah populasi. Oleh karena itu, Ibnu Khaldun berpendapat bahwa harga rendah untuk kebutuhan pokok harus diusahakan tanpa merugikan produsen. Dengan kata lain, tingkat harga yang stabil dan biaya hidup yang relatif rendah adalah pilihan yang terbaik dengan tetap mengusahakan pertumbuhan dan keadilan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

(c) Menurut Al-Ghazali

Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin*, juga telah membahas secara detail peranan aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai dengan kekuatan penawaran dan permintaan. Menurutnya, pasar merupakan bagian dari keteraturan alami. Walaupun Al-Ghazali tidak menjelaskan permintaan dan penawaran dalam terminologi modern, beberapa paragraf dari tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan. Untuk kurva penawaran "yang naik dari kiri bawah ke kanan atas", dinyatakan dalam kalimat, "Jika petani tidak mendapatkan pembeli barangnya, maka ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah."

PENUTUP

Berdasarkan dari penelitian mengenai penawaran uang dalam perekonomian dan orientasi bisnis dalam Islam, dapat disimpulkan sebagai berikut : Definisi uang sebagai alat perantara tukar menukar dalam kegiatan perdagangan ciri-cirinya mudah dibawa kemana-mana, tahan lama, dan nilai tidak mengalami perubahan. Fungsi uang sebagai perantara tukar menukar, sebagai satuan nilai, sebagai alat pembayaran tertunda, dan sebagai alat penyimpan nilai. Penawaran uang dan harga pandangan klasik meliputi persamaan pertukaran, teori kuantitas uang, dan teori sisa tunai. Bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, dan interaksi manusia lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan. Islam memberikan aturan atau prinsip tersendiri dalam melakukan bisnis. Diantaranya adalah halal, thayyib, jujur, dan amanah.

DAFTAR PUSTAKA

- An'im Fattach. "Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam" 2, no. 3 (2017): 456.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014.
- Febrianti, Yopi Nisa. "Penawaran Dalam Ekonomi Mikro" 2, no. 1 (2017): 160–61.
- Hafid, Abdul. "Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam" 2, no. 1 (2015): 207.
- Karim, Adiwirman. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Muhammad Kerabet Widdjajakusuma, Muhammad Ismail Yusanto dan. *Mengagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Patoh, Raysitho. "Permintaan Dan Penawaran Beras Di Indonesia" 16, no. 4 (2013): 836.
- Priansa, Buchari Alma dan Donni Juni. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Sumarmi. *Ekonomi Islam (Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam)*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tanjung, M. Azirul. *Meraih Surga Dengan Berbisnis*. Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Yuniarti, Vinna. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2016.