

POSITIONING HISBAH DALAM PASAR

Mohammad Romli

STEI Masyarakat Madani Pamekasan

Email: m.romli85@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan usaha dalam bisnis merupakan sebuah kompetisi yang lumrah antara para penjual yang notabene sama-sama menginginkan keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan usaha sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam berbisnis oleh para pelaku bisnis, antar pelaku usaha kadang saling menjatuhkan, kecurangan dan penyimpangan dalam kegiatan perekonomian kerap terjadi, sehingga terjadilah persaingan usaha yang tidak sehat. Nah disinilah pentingnya Hisbah. Hisbah adalah salah satu instrument pengawasan yang dikenalkan oleh Islam. Kehadiran institusi Hisbah pada pasar adalah untuk menjamin mekanisme pasar berjalan normal terhindar dari diskriminasi. Langkah-langkah yang dilakukan institusi hisbah antara lain melakukan pengawasan terhadap ke kegiatan ekonomi di pasar, seperti mengawasi harga, takaran dan pertimbangan, praktek jual beli terlarang, dan lain-lain. Institusi ini juga berfungsi meningkatkan produktivitas dan pendapatan.

Kata Kunci: *Hisbah, Intervensi Pasar*

Pendahuluan

Sebuah kompetisi dalam usaha adalah hal yang wajar, bahkan sebuah keharusan. Kompetisi berupa persaingan antara pengusaha di pasar. Persaingan ini antara lain dalam bidang produk, harga, pemasaran, dan lain sebagainya. Persaingan ini akan mendorong para kompetitor untuk membuat bisnisnya mempunyai keunggulan kompetitif agar tidak kalah dari pengusaha lainnya.

Persaingan bisnis merupakan kompetisi yang melibatkan pebisnis atau penjual di mana kedua pihak itu memiliki tujuan yang sama yakni mendapatkan keuntungan. Keuntungan bisa dengan mudah didapatkan ketika pebisnis berhasil membuat produk sukses menguasai pasar, memiliki pangsa pasar yang banyak, serta laku di pasaran.

Persaingan bisnis akan terjadi di antara organisasi atau badan bisnis yang menyuguhkan produk atau layanan serupa. Persaingan terjadi lantaran mereka memiliki target konsumen yang sama. Ketika jumlah persaingan bisnis sangat tinggi, itu artinya pasar tempat produk dijual berada dalam kondisi sehat, maksudnya berpotensi memberikan keuntungan bagi pebisnis.

Dalam dunia bisnis dapat dikatakan bahwa tanpa adanya persaingan, bisnis akan sulit untuk dapat maju.¹ Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan pula bahwa persaingan dalam berbisnis memberikan banyak perubahan positif dengan syarat persaingan disikapi dengan bijak. Hal itu karena tidak menutup kemungkinan adanya sikap yang kurang bijak dari pelaku bisnis yang menghadapi persaingan dengan cara yang kurang baik atau curang. Dengan melakukan hal ini tentunya tidak akan memberikan perubahan positif yang berarti.

Kamus manajemen membagi persaingan bisnis ke dalam dua teori, yaitu: 1) Persaingan sehat (*healthy competition*) Merupakan kompetisi yang terjadi antara perusahaan atau pebisnis yang berlangsung tanpa adanya tindakan kriminal. Persaingan secara sehat menjamin mengedepankan etika bisnis ketika para pebisnis berkompetisi. 2) *Cut throat competition*, Merupakan kompetisi yang dilakukan antar perusahaan secara tidak sehat atau tidak adil. Kompetisi ini menggambarkan terjadinya kegiatan perebutan pasar yang menghalalkan segala cara agar bisa menang atas lawan. Tujuannya agar produk yang mereka jual dapat menguasai pasar dan keuntungan

¹ [5 Manfaat Persaingan dalam Bisnis dan Cara Mengatasinya - Zahir \(zahiraccounting.com\)](https://zahiraccounting.com) di akses pada tanggal 1 Januari 2020

sepenuhnya didapatkan oleh mereka. Sehingga terjadilah persaingan usaha yang tidak sehat.

Terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat inilah yang tidak diinginkan. Sehingga butuh pengawasan dan pemantauan, dalam Islam lembaga yang mengawasi pasar disebut Hisbah. Pasar bisa berkembang dan menjadi lebih terorganisir melalui pengawasan dan pemantauan aktivitas di dalamnya, sehingga fungsi hisbah muncul melalui pengawasan dan pengendalian pasar untuk mencegah manipulasi dan penipuan serta membatasi terjadinya setiap transaksi komersial terlarang.²

Pembahasan

1. Pasar

Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. Pengertian pasar dalam ilmu ekonomi lebih konseptual, yakni bertemunya permintaan dan penawaran. Pasar merupakan suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.

Menurut N. Gregory Mankiw dkk, pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual dari sebuah produk atau jasa tertentu. Pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan sebuah produk, sedangkan penjual sebagai kelompok lain yang menentukan penawaran dari produk tersebut.³

Sebuah pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat. Fungsi pasar dalam kehidupan sehari-hari antara lain sebagai berikut :⁴

- a. Pasar menetapkan nilai (set value). Dalam ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai. Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus dihasilkan oleh suatu perekonomian. Barang yang relatif lebih diinginkan oleh masyarakat mempunyai tingkat harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan barang yang tidak diinginkan masyarakat. Produsen yang menghasilkan barang yang lebih diinginkan masyarakat akan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Akibatnya produsen tersebut akan terang-terangan untuk memperbesar

² Hizam Lutfi dan Rabih Awlad Diyaf; الحسية على الأسواق ودورها في ضبط العملية التجارية خلال العصر العباسي الأول , *Majallah Al-Maarif Lil buhuts Waddirosat At-Tarikhiyah*, Jilid 7, Al-'Adad 3 Desember 2021, 309-337 www.asjp.cerist.dz/en/article/179622

³ N. Gregory Mankiw, dkk, Pengantar Ekonomi Mikro, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 62

⁴ Ari Sudarman, Teori Ekonomi Mikro, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 8

produksinya, dan juga mendorong produsen-produsen baru untuk menghasilkan barang tersebut. Jadi, gerak kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar menentukan tingkat harga barang.

- b. Pasar mengorganisir produksi. Dengan adanya harga-harga factor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen memilih metode produksi yang paling efisien. Bila harga suatu faktor produksi mengalami kenaikan di pasar, maka produsen akan berusaha mengadakan penghematan penggunaan faktor produksi tersebut dan mencoba menggantinya dengan faktor produksi yang harganya relative lebih murah. Jadi, fungsi pasar yang kedua ini memecahkan masalah bagaimana cara menghasilkan barang.
- c. Pasar mendistribusikan barang. Hal ini menyangkut pertanyaan-pertanyaan untuk siapa barang dihasilkan. Kemampuan seseorang untuk membeli barang tergantung pada penghasilannya. Penghasilan seseorang di samping tergantung berapa unit jumlah faktor produksi yang dimiliki juga tingkat harga faktor produksi tersebut di pasar. Pola distribusi penghasilan bersama-sama dengan tingkat harga barang di pasar akan menentukan pola distribusi barang dalam suatu masyarakat.
- d. Pasar berfungsi menyelenggarakan penjatahan (*rationing*). Penjatahan adalah inti dari adanya harga. Karena jumlah produksi yang tersedia dalam masyarakat untuk jangka waktu tertentu terbatas jumlahnya, maka jumlah tersebut haruslah dibagi-bagi sehingga dapat cukup dalam jangka waktu tertentu. Barang yang jumlahnya relatif sedikit di dalam suatu perekonomian, maka tingkat harga barang tersebut di pasar tinggi. Tingginya tingkat harga barang tersebut akan membatasi tingkat konsumsi.
- e. Pasar mempertahankan dan mempersiapkan keperluan di masa yang akan datang. Tabungan dan investasi semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha untuk mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian yang bersangkutan.

Adapun pasar memiliki peranan sebagai berikut:

- 1) Peranan pasar bagi produsen
 - a) Sebagai tempat untuk mempromosikan barang.
 - b) Sebagai tempat untuk menjual hasil produksi.
 - c) Sebagai tempat untuk memperoleh bahan produksi.

- 2) Peranan pasar bagi konsumen
 - a) Memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang kebutuhan
 - b) Sebagai tempat bagi konsumen untuk menawarkan sumber daya yang dimiliki
- 3) Peranan pasar bagi pemerintah
 - a) Sebagai penunjang kelancaran pembangunan
 - b) Sebagai sumber pendapatan Negara

2. Bentuk-bentuk pasar

Dipandang dari dari organisasi pasar atau strukturnya, bentuk pasar dibedakan menjadi dua macam:

a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar yang dicirikan oleh jumlah pembeli dan penjual yang sangat banyak. Selain itu pasar persaingan sempurna bisa didefinisikan sebagai pasar yang dimana penjual dan pembeli tidak ada yang bisa mempengaruhi harga, sehingga harga yang terbentuk benar-benar hasil dari interaksi antara keduanya.

b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang memiliki satu atau lebih penjual di pasar dan penjual dapat mempengaruhi harga yang terjadi di pasar. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari:⁵

1) Monopoli

Monopoli adalah suatu keadaan di mana di dalam pasar hanya ada satu penjual sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya. Ciri-ciri monopoli yaitu:

- a) Produsen sebagai price maker
- b) Adanya hambatan untuk masuk (barriers to entry)
- c) Produk yang dihasilkan oleh produsen adalah yang mempunyai ciri khas yang tidak terdapat pada produk lain.
- d) Produksi produsen bagian besar dari volume transaksi total.

2) Oligopoli

Oligopoli adalah hanya ada beberapa penjual saja di dalamnya. Akibatnya, tindakan yang dilakukan oleh satu penjual saja di pasar ini dapat memberikan

⁵ Lia Amaliawati, Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), 238

dampak yang besar pada keuntungan semua penjual yang lainnya. Oligopoli bisa dibedakan antara oligopoli dengan diferensiasi produk (setiap perusahaan dengan merek-merek khusus tersendiri, misalnya industri kosmetik, industri mobil di Indonesia) dengan oligopoli tanpa diferensiasi produk (misalnya: industri seng, industri pipa besi dan sebagainya).

3) Monopolistik

Monopolistik adalah bentuk pasar antara monopoli dan persaingan sempurna. Persaingan monopolistic terdapat bila dalam suatu pasar ada banyak produsen, tetapi ada unsur-unsur diferensiasi produk (perbedaan merel, bungkus dan sebagainya) divantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing.

3. Hisbah

Hisbah adalah salah satu instrument pengawasan yang dikenalkan oleh Islam. Untuk lebih menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna peran pemerintah sangat penting. Rasulullah SAW sendiri telah menjalankan fungsi sebagai *market supervisor* atau hisbah, yang kemudian dijadikan sebagai peran negara terhadap pasar. Rasulullah SAW sering melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar, seringkali dalam inspeksinya beliau menemukan praktik bisnis yang tidak jujur sehingga menegurnya.⁶

Hisbah merupakan lembaga pengawas yang berfungsi sebagai pengawas agar berbagai kecurangan dan penyimpangan dalam kegiatan perekonomian tidak terjadi, sehingga dapat tercapainya keadilan sesuai dengan syari'ah. Pada prinsip dan konsep Al-Hisbah yang berkembang sebagai lembaga pemerintah memiliki dimensi dijalankan aturan syariat pada pemenuhan kebutuhan manusia oleh semua pihak.

Secara bahasa, hisbah adalah masdar dari bahasa arab, yaitu dari kata kerja *Hasaba -Hisbatan* yang berarti menghitung atau mengira. Hisbah juga mempunyai pengertian upah, balasan dan pahala yang diharapkan dari Allah SWT. di samping itu, hisbah juga berarti pengaturan yang baik. Secara terminologi, Al- Mawardi dan Ibn Taimiyah mendefinisikan Hisbah sebagai lembaga yang mempunyai wewenang untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* yang bukan termasuk wewenang umara" (penguasa). Ibn Khaldun menyatakan hisbah merupakan institusi keagamaan yang termasuk bagian dari amar makruf nahi munkar yang merupakan kewajiban

⁶ Rozi Fahrur, Hisbah Dalam Islam, At-Tanwir: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, Volume 10(1) Maret(2019), 1-12, e-jurnal.staiattanwir.ac.id/index.php/attanwir/index

bagi seluruh kaum muslimin. Definisi ini sangat umum terkait dengan masalah sosial ekonomi dan agama.

Namun definisi yang lebih spesifik dikemukakan oleh Rofiq Yunus al-Mishri, Hisbah adalah petugas yang bertugas mengawasi pasar serta tingkah laku masyarakat. Berdasarkan definisi ini, setidaknya ada tiga poin penting mengenai Hisbah, yaitu: a) Hisbah adalah institusi atau lembaga yang secara khusus dibentuk oleh pemerintah; b). Tugas utama hisbah adalah *amar ma'ruf nahi munkar*; c) Tugas khusus hisbah adalah mengawasi berbagai kegiatan ekonomi di pasar, menjaga mekanisme pasar supaya berjalan normal, dan tidak terdistorsi serta melakukan tindakan korektif ketika terjadi distorsi pasar.

Muhtasib sebagai pengawas pasar adalah memberantas segala bentuk penipuan. Dalam muamalah manusia, bentuk penipuan di pasar ada banyak sekali bentuknya. Salah satunya adalah *najash* yaitu adanya kesepakatan antara penjual dengan beberapa orang dengan cara melakukan rekayasa permintaan, sehingga barang yang diminta seakan banyak dan menghasilkan pembeli yang banyak. Hal ini tentunya akan merusak mekanisme pasar. Bentuk penipuan yang lainnya adalah *tadlis*, yaitu menyembunyikan barang dagang. Penjual memperlihatkan barang dagangnya yang bagus, namun menyembunyikan barang dagangnya yang buruk. Di kasus lain, banyak penjual yang merekayasa timbangan dengan cara mengurangi takar timbangan, sehingga banyak pembeli yang tertipu dengan takaran tersebut.

Untuk menjadi mu'tasib diperlukan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, antara lain⁷:

1. Muhtasib hendaknya seorang mukallaf, muslim dan sanggup menjalankan tugasnya, tidak disyaratkan bagi anak kecil dan orang kafir
2. Muhtasib hendaknya beriman, maka orang yang fasiq tidak diperkenankan menjadi mu'tasib
3. Muhtasib hendaknya berlaku adil
4. Mengetahui dan memahami syariat Islame. Dapat dipercaya dalam penyampaian kabar berita.

Muhtasib mempunyai wewenang dalam memberantas segala perbuatan yang dapat merusak mekanisme pasar. Para muhtasib harus mempunyai jadwal dalam

⁷ Ibid

menyidak pasar, mengukur timbangan dan alat ukur, menyaring pengiklanan agar sesuai dengan produksi barang, dan memberikan hukuman bagi yang melakukan suatu hal yang dapat mengganggu mekanisme pasar.

Selain memberantas segala bentuk penipuan dan kecurangan di pasar, tugas utama muhtasib adalah menentukan harga. Dalam Islam, penentuan harga ini terdapat beberapa ulama yang membolehkan penetapan harga dan ada beberapa ulama yang melarang penetapan harga. Walaupun begitu, penetapan harga bisa dilakukan dengan syarat adanya keadilan bagi semua pihak dan penetapan harga ini tidak dengan harga yang terlalu tinggi. Karenanya, kebijakan pemerintah yang demikian ada kebijakan *ceiling price* dan *floor price*.

Menurut Ibnu Qayim, penetapan harga (*tas'ir*) terbagi menjadi dua, yaitu penetapan harga yang diharamkan dan penetapan harga yang dibolehkan. Penetapan harga yang diharamkan adalah tindakan memaksa para produsen menjual barangnya dengan harga yang tidak disetujui dalam keadaan pasar yang seimbang. Dan penetapan harga yang dibolehkan bahkan menjadi wajib adalah penetapan harga yang adil. Penetapan harga ini menjamin keadilan sesama manusia seperti memaksa produsen menjual dengan satu harga tertentu yang ditetapkan apabila keadaan pasar tidak normal dan mencegah mereka dalam pengambilan laba yang berlebihan.

Lembaga Hisbah selaku pengawas pasar mempunyai kuasa untuk menetapkan harga jika terjadi hal yang demikian. Adapun ketentuan penetapan harga ini harus melibatkan perwakilan dari produsen dan konsumen. Harus dapat dipastikan adanya keuntungan dari produsen dan konsumen ketika terjadi penetapan harga. Dan harga yang ditetapkan tidak membebani produsen dan konsumen. Selain itu, muhtasib wajib melakukan pengawasan di pasar agar para produsen menjual barangnya dengan harga yang sudah ditetapkan, sekiranya ada yang melanggar, maka muhtasib harus memberikan hukuman.

Peranan Hisbah di Indonesia dilaksanakan oleh lembaga-lembaga sebagai berikut:⁸

a. Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah adalah sekelompok orang yang ahli syariah yang diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham atas rekomendasi Majelis Ulama

⁸ <http://hes.unida.gontor.ac.id/apa-saja-sih-lembaga-hisbah-di-indonesia/>

Indonesia, yang bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan perusahaan agar sesuai dengan prinsip syariah.

Fungsi utama DPS adalah mengawasi kegiatan usaha lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia).

b. Komite Pengawasan dan Persaingan Usaha (KPPU),

KPPU adalah lembaga independen yang dibentuk untuk mengawasi pelaksanaan aktifitas pasar tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. KPPU bertanggungjawab langsung kepada Presiden. Komite Pengawasan dan Persaingan Usaha (KPPU)

c. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

BPOM merupakan lembaga pemerintah yang bertugas sebagai pengawas makanan dan minuman yang beredar di pasar. BPOM juga mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Obat dan Makanan terdiri atas obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan.

d. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Merupakan lembaga yang didirikan dimana keberadaannya diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya.

e. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK),

BPSK adalah lembaga yang berkedudukan pada tiap Daerah Tingkat II kabupaten dan kota di seluruh Indonesia yang bertugas untuk menyelesaikan persengketaan konsumen di luar lembaga pengadilan umum. BPSK memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan dari para pihak yang bersengketa, melihat atau meminta tanda bayar, tagihan atau kuitansi, hasil test lab atau bukti-bukti lain, keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bersifat mengikat dan penyelesaian akhir bagi para pihak

Berbagai kelembagaan tersebut telah memiliki peranan dan fungsinya masing-masing sebagaimana amanat perangkat perundang undangan yang antara lain lain

memiliki peran pada pengawasan dan penindakan pada praktek bisnis yang dilakukan produsen yang berpotensi merugikan praktek bisnis produsen lainnya. Komite Pengawasan dan Persaingan Usaha (KPPU), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia).

Berbagai kelembagaan tersebut telah memiliki peranan dan fungsinya masing-masing sebagaimana amanat perangkat perundang undangan yang antara lain lain memiliki peran pada pengawasan dan penindakan pada praktek bisnis yang dilakukan produsen yang berpotensi merugikan praktek bisnis produsen lainnya.

4. Positioning Hisbah

Tujuan pengawasan pasar dalam Islam adalah agar tercipta *law enforcement* terhadap aturan-aturan yang ada. Lembaga yang bertugas dalam mengawasi pasar adalah Hisbah. Pada dasarnya hisbah memiliki beberapa fungsi antara lain, yaitu:⁹

a. Fungsi Ekonomi

Hisbah adalah sebuah institusi ekonomi yang berfungsi melakukan pengawasan terhadap ke kegiatan ekonomi di pasar, seperti mengawasi harga, takaran dan pertimbangan, praktek jual beli terlarang, dan lain-lain. Institusi ini juga berfungsi meningkatkan produktivitas cedan pendapatan. Secara khusus, Ibn Taimiyyah menjelaskan fungsi muhtasib sebagai berikut:

- 1) Memastikan tercukupinya kebutuhan pokok, Muhtasib harus selalu mengecek ketersediaan barang-barang kebutuhan pokok. Dalam kasus ini terjadi kekurangan dalam penyediaan kebutuhan jasa muhtasib memiliki kekuasaan dalam kapasitasnya sebagai institusi negara untuk memenuhi kebutuhan secara langsung.
- 2) Pengawasan terhadap produk. Dalam industri, tugas utama muhtasib adalah mengawasi standarisasi produk. Ia juga mempunyai otoritas menjatuhkan sanksi terhadap industri yang merugikan konsumen.

⁹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 180

- 3) Pengawasan terhadap jasa. Muhtasip memiliki wewenang untuk mengecek apakah seorang dokter, ahli bedah, dan sebagainya telah melaksanakan tugasnya dengan baik atau belum
- 4) Pengawasan atas perdagangan. Muhtasib mengawasi pasar secara umum. Mengawasi takaran, timbangan, dan ukuran serta kualitas produk. Menjamin seorang pedagang dan agennya untuk tidak melakukan kecurangan kepada konsumen atas barang dagangannya.

b. Fungsi Sosial

Fungsi institusi hisbah adalah mewujudkan keadilan sosial dan keadilan distribusi dalam masyarakat. Lewat tugasnya memberikan informasi kepada para pedagang dan konsumen, memberikan kesempatan yang sama kepada semua orang dan menghilangkan penguasaan sepihak terhadap jalur produksi dan distribusi di pasar. Kemudian menghilangkan distorsi pasar dan melakukan intervensi pasar dalam keadaan tertentu, sehingga dapat memperkecil ketimpangan distribusi di pasar dengan menciptakan harga yang adil.

c. Fungsi Moral

Institusi hisbah adalah lembaga pengawas berlangsungnya moral dan akhlak islami dalam berbagai transaksi dan perilaku konsumen dan produsen di pasar. Tugas utamanya adalah mewujudkan perekonomian yang bermoral berdasarkan al-Quran dan Sunah. Pasar merupakan sasaran utama pengawasan Hisbah, karena disana sering terjadi penipuan, kecurangan, ihtikar, pemaksaan dan praktek-praktek kesewenang-wenangan.

Dalam menjalankan fungsi-fungsi tersebut, institusi hisbah bisa melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk untuk menjamin mekanisme pasar berjalan normal terhindar dari diskriminasi. Langkah-langkah dimaksud antara lain melakukan pengawasan terhadap ke kegiatan ekonomi di pasar, seperti mengawasi harga, takaran dan pertimbangan, praktek jual beli terlarang, dan lain-lain. Institusi ini juga berfungsi meningkatkan produktivitas dan pendapatan.

Hisbah juga bisa melakukan intervensi di pasar, tapi harus diyakini bahwa intervensi terhadap pasar hanya dapat dilakukan dalam keadaan yang darurat. Keadaan darurat disini dapat diartikan jika pasar tidak terjadi dalam keadaan sempurna, yaitu terdapat kondisi-kondisi yang menghalangi kompetisi secara fair

(*market failure*). Beberapa contoh klasik dari kondisi *market failure* antara lain: informasi yang tidak simetris, biaya transaksi, kepastian institusional, masalah eksternalitas (termasuk pencemaran lingkungan dan kerusakan lingkungan) serta masalah dalam distribusi. Jika kondisi demikian ini terjadi, maka akan terjadi pasar tidak sempurna atau disebut dengan istilah *Market Imperfection*.

Menurut Islam negara memiliki hak untuk melakukan intervensi dalam kegiatan ekonomi baik itu dalam bentuk pengawasan, pengaturan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. Intervensi harga oleh pemerintah bisa karena faktor alamiah maupun non alamiah. Pada umumnya intervensi pemerintah berupa intervensi kebijakan dalam regulasi yang berhubungan dengan permintaan dan penawaran dan intervensi dalam menentukan harga. Intervensi dengan cara membuat kebijakan yang dapat mempengaruhi dari sisi permintaan maupun dari sisi penawaran (*market intervention*) biasanya dikarenakan distorsi pasar karena faktor alamiah. Bila distorsi pasar terjadi karena faktor non alamiah, maka kebijakan yang ditempuh salah satunya dengan dengan intervensi harga di pasar.

Menurut Ibnu Taimiyah, keabsahan pemerintah dalam menetapkan kebijakan intervensi dapat terjadi pada situasi dan kondisi sebagai berikut:

- 1) Produsen tidak mau menjual produk-nya kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga umum pasar, padahal konsumen membutuhkan produk tersebut.
- 2) Terjadi kasus monopoli (penimbunan), para fuqoha² untuk memberlakukan hak hajar (ketetapan yang membatasi hak guna dan hak pakai atas kepemilikan barang) oleh pemerintah.
- 3) Terjadi keadaan *al hasr* (pemboikotan), dimana distribusi barang hanya terkonsentrasi pada satu penjual atau pihak tertentu. Penetapan harga disini untuk menghindari penjualan barang tersebut dengan harga yang ditetapkan sepihak dan semena-mena oleh pihak penjual tersebut.
- 4) Terjadi koalisi dan kolusi antar penjual (kartel) dimana sejumlah pedagang sepakat untuk melakukan transaksi diantara mereka, dengan harga diatas ataupun dibawah harga normal.

- 5) Produsen menawarkan produk-nya pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen.
- 6) Pemilik jasa, misal tenaga kerja, menolak untuk bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi dari pada harga pasar yang berlaku, padahal masyarakat membutuhkan jasa tersebut.

Sementara itu tujuan adanya intervensi pasar yang dilakukan oleh pemerintah menurut Ibnu Qudamah al Maqdisi 1374 M adalah sebagai berikut:

- 1) Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat
- 2) Untuk mencegah ihtikar dan ghaban.
- 3) Untuk melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.

Kesimpulan

Hisbah adalah salah satu instrument pengawasan yang dikenalkan oleh Islam. Kehadiran institusi Hisbah pada pasar adalah untuk menjamin mekanisme pasar berjalan normal terhindar dari diskriminasi. Pada dasarnya hisbah memiliki beberapa fungsi antara lain, yaitu: a) Fungsi Ekonomi, yaitu berfungsi melakukan pengawasan terhadap ke kegiatan ekonomi di pasar, seperti mengawasi harga, takaran dan pertimbangan, praktek jual beli terlarang, dan lain-lain. B) Fungsi Sosial, yaitu mewujudkan keadilan sosial dan keadilan distribusi dalam masyarakat. c) Fungsi Moral, Istitusi hisbah adalah lembaga pengawas berlangsungnya moral dan akhlak islami dalam berbagai transaksi dan perilaku konsumen dan produsen di pasar. Tugas utamanya adalah mewujudkan perekonomian yang bermoral berdasarkan al-Quran dan Sunah. Pasar merupakan sasaran utama pengawasan Hisbah, karena disana sering terjadi penipuan, kecurangan, ihtikar, pemaksaan dan praktek-praktek kesewenang-wenangan.

Dalam menjalankan fungsi-fungsi tersebut, institusi hisbah bisa melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk untuk menjamin mekanisme pasar berjalan normal terhindar dari diskriminasi. Langkah-langkah dimaksud antara lain melakukan pengawasan terhadap ke kegiatan ekonomi di pasar, seperti mengawasi harga, takaran dan pertimbangan, praktek jual beli terlarang, dan lain-lain. Institusi ini juga berfungsi meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Hisbah juga bisa melakukan intervensi di pasar.

Daftar Pustakan

Ari Sudarman, Teori Ekonomi Mikro, Yogyakarta: BPFE, 2004

Hizam Lutfi dan Rabih Awlad Diyaf; الحسبة على الأسواق ودورها في ضبط العملية التجارية خالـم 232٥/749-847م -العصر العباسي الأول 132 , *Majallah Al-Maarif Lil buhuts Waddirosat At-Tarikhiyah*, Jilid 7, Al-‘Adad 3 Desember 2021, 309-337
www.asjp.cerist.dz/en/article/179622

Ibn Khaldun, Abdurrahman, Muqaddimah. Beirut: Dar Fikr, tt.

Ibn Taimiyah, al-Hisbah fi al-Islam. Riyadh: Mansyurat al-Muassasah al-Sa‘‘idiyah, tt.

_____, Majmu‘‘ Fatawa Shaikh al-islam Ahmad Ibn Taimiyyah. Riyadh: al-Riyadh Press, 1381) Vol 8, Dalam PEEI UII, Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Lia Amaliawati, Asfia Murni, Ekonomika Mikro, Bandung: PT. Refika Aditama, 2014.

N. Gregory Mankiw, dkk, Pengantar Ekonomi Mikro, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014.

Rozi Fahrur, Hisbah Dalam Islam, At-Tanwir: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, Volume 10(1) Maret(2019), 1-12,
jurnal.staiattanwir.ac.id/index.php/attanwir/index zahiraccounting.com di akses pada tanggal 1 Januari 2020