



JURNAL MANAJEMEN

Evaluasi Prosedur Pengendalian Persediaan Barang Dagangan pada
PT Barito Budi Pharmindo Palembang
(Abdullah Rasjid)

Hubungan Antara Harga Jual, Jumlah Armada dan Biaya Promosi
dengan Kinerja Pemasaran di PT Citra Aspalindo Sriwijaya Palembang
(H. Amin Bastari)

Ekonomi Makro Mikro dalam Perspektif Islam
(Dewi Indasari)

Pengaruh Mutu Modal Manusia terhadap Produktivitas Kerja Petani Karet
Rakyat di Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim
(Emilia Gustini)

Analisis Pengawasan dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja
Karyawan pada CV. Patakaran Palembang
(Erdiansyah)

Analisa Laporan Keuangan sebagai Alat Pengambilan Keputusan pada
PT. Caraka Yasa Palembang
(Hamdan)

Efektivitas Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu
Pelayanan pada Rumah Sakit Islam Siti Khadijah Palembang
(Hj. Indrawati Yahya)

Peranan Penilaian Prestasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan CV. Anugerah
Rizki Abadi Palembang
(Nenny Octarinie)

Analisis Persepsi Brand Association Menurut Pelanggan Sabun Mandi Cair
Lifebuoy Pada PT Unilever Indonesia, Tbk.
(Pantani Dahlan)

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Peningkatan Penjualan Semen pada
PT. Semen Baturaja (Persero)
(Yuli Anita)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PALEMBANG**



JURNAL MANAJEMEN

ISSN: 2089-6832

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PALEMBANG**

PELINDUNG

Rektor Universitas Palembang

PENANGGUNG JAWAB

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Palembang

PIMPINAN UMUM

Abdullah Rasjid, S.E., M.Si.

PIMPINAN REDAKSI

Januar Ida Wibowati, S.E., M.Si.

WAKIL PIMPINAN REDAKSI

Abdul Hafiz, S.E., M.Si.

SEKRETARIS REDAKSI:

Drs. H. Haikal, M.Si.; H. Amin Bastari, S.E., M.Si.; Agussalim, S.E., M.Si.;
Drs. Azhari Ansori, Ak.; Dra. Sri Yulidar, M.Si.;
Dra. Hj. Tri Fatri Fatmawati, M.Si.; Rahmi Aminus, S.E., M.Si.;
Endang Rahayu, S.E.; Yuli Anita, S.E.; Martini, S.E.

REDAKSI PELAKSANA:

Henson Enjein Manurung, S.E., M.Si.
Sukaria Darmawan, S.E., M.Si.
Juju Margoto, S.E., M.M.

DEWAN PENYUNTING:

Dra. Hj. Indrawati Yahya, M.M.; Dra. Delimawati, M.Si.;
Drs. H. Pantani Dahlan, M.Si.; Drs. H. Gamaleri, M.M.;
Drs. Nusbar Djawahan, M.M.; Muji Gunarto, M.Si.;
Sugeng Mianto Pane, S.E., M.Si.; Hendra Bayu Putra, S.Kom.;
Marlina, S.P.; Mastuti, S.E.

BAGIAN TATA USAHA:

Hj. Zubaidah, S.E.; Nenny Octarinie, S.E., M.M.

BAGIAN SIRKULASI:

Hamdan, S.E., M.M.; Zuraidah Siregar, S.E.

ALAMAT REDAKSI:

Fakultas Ekonomi Universitas Palembang Jalan Dharmapala No IA
Bukit Besar Palembang Telp. (0711) 440970 E-mail: ekonomi.unpal@yahoo.com

JURNAL MANAJEMEN

VOL 2. NO.1

JANUARI 2013



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PALEMBANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas rahmat-Nya Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Palembang edisi perdana ini dapat terbit.

Jurnal Ilmiah merupakan dokumen publikasi hasil penelitian dan pengabdian yang pada dasarnya merupakan wahana untuk mensosialisasikan hasil-hasil penelitian maupun hasil kasjian yang bersifar multidispliner yang pernah dilaksanakan oleh penelitian di perguruan tinggi, terutama di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Palembang. Dengan demikian publikasi menjadikan sarana untuk merekomendasikan suatu temuan atas hasil suatu penelitian dan pengkajian kepada khalayak yang memerlukannya. Temuan tersebut selanjutnya dapat dipakai sebagai rujukan dan pembimbing terhadap persoalan-persoalan ilmiah yang akan diteliti.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mensosialisasikan hasil-hasil penelitian dimaksud, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Palembang berusaha mengakomodir hasil-hasil penelitian/pengabdian tersebut melalui jurnal Manajemen milik Fakultas Ekonomi Universitas Palembang. Adapun Jurnal Manajemen pada Volume 2, No. 1 Januari 2013 ini menyajikan sepuluh (10) artikel publikasi ilmiah atas hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Mengingat banyaknya naskah yang masuk ke redaksi dan terbatasnya ruang muat jurnal, maka edisi kali ini redaksi hanya bisa menerbitkan sepuluh (10) hasil penelitian.

Akhirnya redaksi mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terutama para penulis yang mengirimkan hasil tulisnya ke dewan redaksi, selian itu permohonan maaf kami sampaikan jika ada dalam cetak dalam penulis ada yang salah dan dikemudiaan hari pihak redaksi akan mengajak pihak *esksternal stakeholder* agar dapat membangun Jurnal ini lebih baik. Amin.

Palembang, Januari 2013

Redaksi

JURNAL MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PALEMBANG

Volume 2, Nomor 1, Januari 2013

ISSN. 2089-6832

DAFTAR ISI

Evaluasi Prosedur Pengendalian Persediaan Barang Dagangan pada PT Barito Budi Pharmindo Palembang (Abdullah Rasjid)	1 - 7
Hubungan Antara Harga Jual, Jumlah Armada dan Biaya Promosi dengan Kinerja Pemasaran di PT Citra Aspalindo Sriwijaya Palembang (H. Amin Bastari)	8 - 12
Ekonomi Makro Mikro dalam Perspektif Islam (Dewi Indasari)	13 - 18
Pengaruh Mutu Modal Manusia terhadap Produktivitas Kerja Petani Karet Rakyat di Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim (Emilia Gustini)	19 - 31
Analisis Pengawasan dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan pada CV. Patakarana Palembang (Erdiansyah)	32 - 39
Analisa Laporan Keuangan sebagai Alat Pengambilan Keputusan pada PT. Caraka Yasa Palembang (Hamdan)	40 - 49
Efektivitas Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan pada Rumah Sakit Islam Siti Khadijah Palembang (Hj. Indrawati Yahya)	50 - 56
Peranan Penilaian Prestasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan CV. Anugerah Rizki Abadi Palembang (Nenny Octarinie)	57 - 62
Analisis Persepsi <i>Brand Association</i> Menurut Pelanggan Sabun Mandi Cair Lifebuoy Pada PT Unilever Indonesia, Tbk. (Pantani Dahlan)	63 - 70
Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Peningkatan Penjualan Semen pada PT. Semen Baturaja (Persero) (Yuli Anita)	71 - 79

EKONOMI MAKRO MIKRO DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Dewi Indasari

Staf Pengajar UP. MPK Politeknik Negeri Sriwijaya; Jln. Srijaya Negara Bukit Besar Palembang

Abstrak

Untuk melakukan tindakan/kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya terkadang manusia melakukannya secara berlebihan tanpa melihat aspek moral, dan hanya berdasarkan kepuasan belaka. Hal ini lah diperlukan nilai-nilai agama ataupun norma-norma agama (Islam) dalam rangka membatasi eksploitasi sumber daya alam yang pada akhirnya akan membawa kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.

Seorang muslim dalam mengkonsumsi akan mencapai kepuasan akan mempertimbangkan yang dikonsumsi tidak haram, dan dalam konsumsinya bukan berdasarkan sedikitnya atau banyak barang yang dikonsumsi, tetapi karena yang dilakukannya dalah sebagai ibadah kepada Allah SWT dan menjauhi larangan Allah SWT.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan, seorang muslim dapat di ilustrasikan dalam bentuk nilai guna, yaitu nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marginal (*marginal utility*). Nilai guna total adalah jumlah kepuasan yang diperoleh dalam mengkonsumsi sejumlah barang tertentu, nilai guna marginal adalah penambahan atau pengurangan kepuasan akibat dari penambahan atau pengurangan penggunaan suatu unit barang.

Adapun yang dapat mempengaruhi permintaan, yaitu pendapatan, permintaan seseorang atau masyarakat ditentukan oleh banyak faktor yaitu harga barang itu sendiri yang meliputi harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, ramalan mengenai keadaan dimasa akan datang. Sementara itu faktor-faktor penentu penawaran dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang-barang lain, biaya produksi, tujuan operasi perusahaan tersebut, dan tingkat teknologi yang digunakan.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-sehari, baik individu maupun masyarakat atau perusahaan secara keseluruhan akan menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi, yaitu persoalan yang menghendaki seseorang, suatu masyarakat atau perusahaan membuat suatu keputusan tentang cara terbaru melakukan suatu kegiatan ekonomi. Didasari bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas dan alat pemenuhan kebutuhan tidak terbatas. Dan hal ini membuat manusia melakukan tindakan ekonomi. Untuk memecahkan dan melakukan tindakan ekonomi, manusia melakukan tindakan dengan cara memilih beberapa alternatif. Hal ini yang menjadi motif dari kegiatan yang disebut motif ekonomi.

Dalam pandangan ekonomi Islam, kebutuhan manusia itu terbatas yang tak terbatas adalah keinginan. Sedangkan alat pemenuhan keinginan tak terbatas karena Allah S.W.T telah menciptakan bumi dan seisinya untuk kepentingan dan kemanfaatan hidup manusia. Seorang muslim dalam melakukan suatu kegiatan akan didasarkan pada suatu kegiatan tidak hanya berdasarkan kepuasan saja, akan tetapi berorientasi untuk beribadah kepada Allah S.W.T Orientasi beribadah kepada Allah S.W.T akan membuat permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam akan lebih sempit karena ada batasan yaitu adanya nilai-nilai, filosofi kehidupan Islam dan norma Islam. Adanya batasan dalam melakukan tindakan eksploitasi sumber daya alam merupakan tujuan dari aktifitas ekonomi yaitu memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mencapai kesejahteraan.

PEMBAHASAN

Teori Permintaan dan Penawaran

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan Hukum permintaan berbunyi "*pada harga yang lebih tinggi, jumlah barang yang diminta semakin berkurang, atau sebaliknya pada harga yang lebih rendah, jumlah barang yang diminta akan semakin bertambah*" (Iswardono, 1989:11). Ini dapat disimpulkan bahwa jumlah diminta berhubungan terbalik dengan harga barang tersebut dengan anggapan bahwa hal-hal konstan pada kemungkinan harga. Ada hal lain yang penting mempengaruhi permintaan, pendapatan, permintaan seseorang atau masyarakat ditentukan oleh banyak faktor, diantara faktor tersebut adalah:

Harga barang itu sendiri

- Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut.
- Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.
- Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat.
- Cita rasa masyarakat.
- Jumlah penduduk.
- Ramalan mengenai keadaan dimasa akan datang

Pendapat permintaan belum merupakan syarat cukup untuk mewujudkan transaksi dalam tentunya harus ada tingkah laku penjual dalam menawarkan barang/jasa yang dapat disebut penawaran.

Faktor-faktor penentu penawaran adalah:

- Harga barang itu sendiri.
- Harga barang- barang lain.
- Biaya produksi.
- Tujuan operasi perusahaan tersebut.
- Tingkat teknologi yang digunakan.

Dalam menganalisis penawaran, kita harus menganalisis satu demi satu faktor mempengaruhi, dengan memisalkan faktor- faktor lain tidak berubah atau *ceteris paribus*, terlebih dahulu di perhatikan pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang ditawarkan. Hukum penawaran menyatakan bahwa "*makin tinggi harga suatu barang semakin banyak jumlah barang tersebut ditawarkan oleh penjual, sebaliknya makin rendah harga barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan*"

Sebuah kesepakatan harga dapat terjadi apabila permintaan dan penawaran bertemu kemungkinan perubahan serentak, permintaan dan penawaran yang dapat berlaku. Perungkinan berlaku kearah sama, yaitu sama- sama mengalami kenaikan atau sama-sama menurun mungkin pula ia berlaku kearah bertentangan, misalnya permintaan turun tetapi penawaran bertambah, atau permintaan bertambah tetapi penawaran turun. Tiap- tiap perubahan tersebut menimbulkan akibat yang berbeda kepada perubahan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan (Sukirno, 2002:76-86).

Permintaan Dalam Ekonomi Islam

Dalam pandangan Islam sebenarnya Islam telah mengatur segenap perilaku manusia memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam perilaku konsumsi, Islam telah mengaturnya lewat Al-Qur'an dan Hadist supaya manusia dijauhkan dari sifat-sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Seorang muslim mengkonsumsi didasarkan atas pertimbangan:

- Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara.
- Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, dan dalam memenuhi kebutuhan seorang muslim tidak akan melakukan konsumsi secara berlebihan.
- Perilaku konsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka ada sikap menghormati dan menghargai (Soedarsono, 2002:170).

Seorang muslim dalam mengkonsumsi akan mencapai kepuasan akan mempertimbangkan yang dikonsumsi tidak haram, dan dalam konsumsinya bukan berdasarkan sedikitnya atau banyak barang yang dikonsumsi, tetapi karena yang dilakukannya adalah sebagai ibadah kepada Allah SWT dan menjauhi larangan Allah SWT.

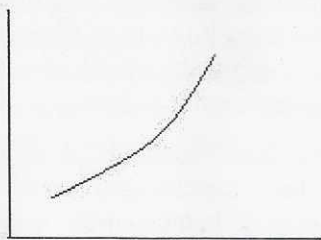
Hal yang ada di atas mengenai perilaku konsumen akan membentuk permintaan seorang muslim terhadap suatu barang. Dalam mengkonsumsi barang telah ada batasan-batasan yang ditentukan dalam konsep ekonomi islam

Penawaran Dalam Ilmu Ekonomi Konvensional

Dijelaskan bahwa penawaran berkorelasi positif terhadap harga (P). Ini berarti bahwa 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 berkurang insentif bagi produsen untuk memproduksi dan menawarkannya. Hal ini disebabkan karena makin rendah suatu harga, makin kecil suatu keuntungan atau malah timbul kerugian. Sebagai suatu agen ekonomi yang rasional, produsen akan memutuskan produksinya. Dengan demikian dapatlah digambarkan dalam sebuah diagram di mana sumbu vertikal adalah harga dan sumbu horizontal adalah jumlah produk yang ditawarkan kepada masyarakat bahwa kurva penawaran sebagai kurva yang naik ke kanan. Kedudukan kurva ini bisa berpindah atau bergeser bergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Di samping itu, ongkos produksi juga merupakan faktor penting dalam menentukan penawaran suatu produk. Ongkos produksi pada gilirannya ditentukan oleh harga dari faktor input. Perubahan dalam harga-harga faktor input umumnya dikarenakan adanya perubahan dalam laju pajak dan subsidi. Sekalipun diasumsikan bahwa tidak terjadi perubahan dalam kebijakan fiskal pemerintah berkaitan dengan perpajakan atau subsidi, masih ada faktor lain yang sangat berperan dalam menentukan kedudukan penawaran dalam perekonomian konvensional. 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 dari pada sebelumnya.

Dengan demikian dapatlah diringkaskan bahwa aspek penawaran (Q_s) dalam ekonomi konvensional ditentukan oleh beberapa variabel antara lain harga (P), ongkos produksi (C), teknologi (T) dan faktor input (Pf), ceteris paribus. Secara matematis dapat diungkapkan dalam sebuah fungsi umum $Q_s = f(P, C, T, Pf)$. Sekalipun banyak faktor yang mempengaruhi tingkatan penawaran, dalam analisis ilmu ekonomi hanya menggunakan harga sebagai ukuran utama dalam membuat diagram penawaran.



Gambar 1 menunjukkan kurva penawaran

Penawaran dalam Ekonomi Islam

Secara umum tidak banyak perbedaan antara teori permintaan konvensional dengan Islam sejauh hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Bahkan bentuk kurva secara umum pada hakekatnya sama. Satu aspek penting yang memberikan suatu perbedaan dalam perspektif ini kemungkinan besar berasal dari landasan filosofis dan moralitas yang didasarkan pada premis nilai-nilai Islam. Diantaranya :

- (1) Islam memandang manusia secara umum, apakah sebagai konsumen atau produsen sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai. Nilai-nilai yang paling pokok yang didorong oleh Islam dalam kehidupan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi (zuhud) dan ekonomis (iqtishad). Inilah nilai-nilai yang seharusnya menjadi trend gaya hidup *Islamic man*.
- (2) Norma-norma Islam yang selalu menemani kehidupan manusia yaitu halal dan haram. Produk produk dan transaksi pertukaran barang dan jasa tunduk kepada norma ini. Hal-hal yang diharamkan atas manusia itu pada hakekatnya adalah barang-barang atau transaksi-transaksi yang berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya. Namun demikian, bahaya yang ditimbulkan itu tidak selalu dapat diketahui dan dideteksi oleh kemampuan indrawi atau akal manusia dalam jangka pendek. Sikap yang benar dalam menghadapi persoalan ini adalah kepatuhan kepada diktum disertai pencarian hikmah di balik itu.

Dengan kedua batasan ini maka lingkup produksi dan pada gilirannya adalah lingkup penawaran itu sendiri dalam ekonomi Islam menjadi lebih sempit dari pada yang dimiliki oleh ekonomi konvensional. Dengan demikian terdapat dua penyaringan (*filtering*) yang membuat wilayah penawaran (*domain*) dalam ekonomi Islam menyempit yaitu filosofi kehidupan Islam dan norma moral Islam.

Asumsi-Asumsi

Sekalipun jarang diungkapkan atau bahkan sengaja disembunyikan oleh buku-buku teks ekonomi konvensional, pada hakekatnya asumsi-asumsi tertentu telah berfungsi sebagai landasan bagi teori-teori mereka. Ketidakterusterangan dalam persoalan ini bisa saja dipicu oleh kepercayaan Barat bahwa apa yang menjadi nilai bagi mereka sebenarnya berlaku juga bagi masyarakat lain. Tokoh ekonom Barat yang paling egaliter semacam **Gunnar Myrdal** sekalipun masih menyimpang sikap etnosentris yang menganggap bahwa nilai-nilai yang menjadi pondasi kemajuan ekonomi Barat sebenarnya sangat asing bagi masyarakat Asia. Karena itulah perlu kiranya dijelaskan beberapa asumsi yang memiliki implikasi dalam aspek penawaran.

- (1) Homo Economicus.

Dalam ekonomi konvensional, para pelaku dan pemain ekonomi (*economic agent*) dipandang sebagai suatu makhluk ekonomi yang berusaha untuk melampiaskan keinginannya dengan cara apapun. Nafsu ingin memenuhi segala keinginannya dan cara yang dipakai untuk memenuhinya seringkali atau pada umumnya tidak dihubungkan secara langsung atau tidak langsung dengan norma moral, baik yang diambil dari ajaran agama maupun dari filsafat (etika). Hal ini menimbulkan dorongan tanpa batas untuk melakukan eksplorasi dan eksploitasi terhadap sumber-sumber daya yang tersedia di alam bagi memenuhi keinginan manusia. Selama usaha manusia dipertaruhkan untuk memenuhi keinginannya, mengejar keuntungan dalam teori penawaran, selama itu pula ia dianggap sebagai sebuah usaha yang baik. Hal ini menimbulkan pengurasan sumber daya alam yang tersedia sehingga berakibat pada terancamnya keseimbangan ekologi terutama bagi generasi mendatang.

Semua kreasi dan inovasi dipacu dan terus digenjot atas nama ekonomi. Padahal tidak semua barang atau jasa yang diproduksi tersebut penting untuk diciptakan bagi kepentingan manusia. Sebagian dari barang yang diproduksi itu pada hakekatnya suatu bentuk kemubaziran karena sebenarnya tidak perlu diproduksi atau sebenarnya ada barang lain yang menempati ranking lebih penting harus terlebih dahulu diproduksi. Hal ini mengakibatkan sistem perekonomian menjadi tidak dapat dikendalikan (*unmanageable*).

Dalam perspektif ekonomi Islam, manusia di injeksi dengan norma moral Islam sehingga nafsu untuk memenuhi keinginannya tidak selalu dipenuhi. Demikian juga cara untuk memenuhi keinginan tersebut senantiasa dikaitkan dengan norma moral Islam yang selalu menemaninya ke mana saja dan di mana saja. Karena itu, semua barang dan jasa yang diproduksi dan ditawarkan ke pasar mencerminkan kebutuhan riil dan sesuai dengan tujuan syariah itu sendiri (maqoshidu syariah). Dalam perspektif ini tidak dimungkinkan produksi barang yang tidak berguna secara syar'i.

(2) Rasionalitas.

Asumsi kedua ini merupakan turunan dari asumsi yang pertama. Jika ilmu ekonomi konvensional melihat bahwa manusia adalah *economic man* yang selalu didorong untuk melampiaskan keinginannya dengan cara apapun, maka asumsi rasionalitas merupakan ruhnya yang mengilhami seluruh usahanya dalam rangka memenuhi keinginannya tersebut. Selama manusia mengurus tenaga dan pikirannya untuk memenuhi keinginannya dengan cara apapun, ia adalah makhluk rasional. Ketika produsen berusaha memaksimalkan keuntungan

nya, dengan mengabaikan tanggung jawab sosial, ia adalah makhluk rasional dan tidak perlu dikhawatirkan. Begitu juga dengan konsumen yang ingin memaksimalkan nilai guna (*utility*) ketika membeli suatu produk, maka ia berjalan pada jalur rasionalitas dan hal itu secara ekonomi adalah baik.

Dalam perspektif ekonomi Islam, asumsi ini tetap menjadi acuan tetapi dengan beberapa catatan dan tambahan. Adanya injeksi norma moral Islam akan menjadi pelita bagi tiap-tiap agen ekonomi untuk bertindak rasional tetapi dalam kerangka nilai-nilai Islam. Gaya hidup sederhana, tidak berlebih-lebihan dalam memproduksi dan mengkonsumsi serta selalu memperhatikan batas halal dan haram merupakan rambu-rambu yang akan memberikan teguran kepada *Islamic man*.

(3) Netral terhadap nilai (*ValueNeutral*).

Asumsi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dari disiplin ilmu ekonomi konvensional yang dipandang sebagai disiplin positif. Tugas dari suatu disiplin yang positif adalah menggambarkan realitas atau suatu fenomena secara objektif tanpa ada unsur campur tangan dari pengamat. Di awal-awal perkembangan ilmu ekonomi menjadi suatu disiplin ilmiah, banyak pakarnya yang cenderung menjadikannya sebagai suatu ilmu positif dan eksakta layaknya fisika atau kimia.

Sekalipun hingga sekarang terbukti bahwa ilmu ekonomi konvensional tidak selalu positif, tetapi buku-buku teks masih selalu alergi jika dikaitkan dengan moral terutama yang berasal dari nilai-nilai keagamaan. Gejala ini disebabkan karena sekularisme dalam ilmu pengetahuan telah mencapai akar-akarnya sehingga buah yang muncul dari ilmu pengetahuan itu sudah terkena racun sekularisme. Namun perlu dicatat bahwa asumsi netral terhadap nilai ini tidak selalu dapat dipertahankan. Umumnya dalam bidang ilmu mikro ekonomi akar netralitas ini begitu kuat dan menghujam, tetapi dalam makro ekonomi tidak demikian. Malahan kita dapat melihat bahwa semua tujuan-tujuan pokok dalam bidang makroekonomi pada hakekatnya adalah bermuatan nilai (*value laden*) misalnya tentang kesempatan kerja penuh (*full employment*), stabilitas nilai tukar dan harga dan lain-lain. Bahkan kebijakan pemerintah di hampir semua bidang tidak pernah terlepas dari nilai-nilai.

Adanya keterikatan kepada nilai dalam penawaran tidak menjadikan kinerja produksi dan penawaran dalam perspektif Islam kekurangan insentif. Dengan injeksi moral Islam justru membuka dan memeluas horizon dan berfungsi mendorong agen ekonomi untuk berusaha dengan lebih baik dan efisien. Bagi mereka yang memahami Islam secara parsial dan tidak komprehensif merasa bahwa semua nilai-nilai ini hanya berfungsi sebagai hambatan dalam ekonomi dan pembangunan. Kesimpulan ini amat naif dan terkesan tergesa-gesa serta dilatarbelakangi oleh kebodohan (Jalil, 2005:263).

KESIMPULAN

Dari uraian di atas dapat disimpulkan :

- Motif dari aktivitas ekonomi, menurut ekonomi konvensional adalah karena kebutuhan manusia dan adanya kelangkaan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan.
- Dalam ekonomi Islam aktivitas ekonomi adalah bahwa manusia melakukan kegiatan ibadah, sebagai wakil Allah SWT di bumi, dan keyakinan bahwa Allah menciptakan memang untuk kemaslahatan manusia.
- Hukum permintaan yaitu apabila harga tinggi, barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya.
- Hukum penawaran makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak barang akan ditawarkan dan sebaliknya.
- Dalam perspektif Islam permintaan suatu barang harus didasari dengan sikap bahwa mengkonsumsi barang untuk kepentingan ibadah kepada Allah SWT, tingkat kepedulian konsumen bukan sedikit atau banyaknya barang yang dikonsumsi.
- Penawaran dalam ekonomi Islam lebih menyempit dari ekonomi konvensional yaitu adanya filosofi kehidupan Islam dan norma-norma Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Iswardono, 1989, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta : Amn Ykpn.
- Jalil, Abdul, 2005, *Ilmu Ekonomi Islam seri buku Darus*, Kudus : STAIN Kudus.
- Sukirno, Sadono, 2002, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta : Grafindo Persada.
- Soedarsono, 2002, *Konsep Ekonomi Islam*, Jakarta : Ekonisia.