

PERFECT MARKETS AND IMPERFECT MARKETS

Lannida¹, Darwis Haraharap²

¹IAIN Padangsidempuan (Ekonomi, Pascasarjana, IAIN Padangsidempuan)

² IAIN Padangsidempuan (Ekonomi, Pascasarjana, IAIN Padangsidempuan)

lannida@gmail.com¹, darwis@iain-padangsidempuan.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan dari tulisan ini adalah menganalisis ajaran agama Islam yang mendorong kompetisi pasar. Sangat penting untuk menganalisis ajaran ini sebab ajaran ini memberikan pendekatan yang berbeda dan lebih bagus daripada pendekatan yang konvensional dalam mendorong kompetisi pasar. Terdapat tiga ajaran Islam dalam memdorong kom♀petisi pasar. Pertama adalah memotivasi dan mendorong pedagang untuk selalu bersaing, kedua adalah menolak intervensi harga dan mekanisme pasar yang dilakukan pemerintah dan ketiga adalah melarang semua transaksi yang tidak fair. Semua ajaran itu akan mendorong kompetisi pasar. Pedagang sebagai pelaku utama persaingan benar♀benar berniat untuk selalu bersaing secara adil. Mereka berniat seperti itu sebab memang dimotivasi dan didorong untuk melakukan persaingan seperti itu. Persaingan yang terjadi terusmenerus ini akan berdasarkan kompetensi pedagang dalam bersaing sebab mereka tidak dapat mengeksploitasi intervensi pemerintah. Demikian juga, mereka akan bersaing secara adil sebab segala bentuk ketidakadilan di pasar dilarang secara menyeluruh dan secepat mungkin. Ajaran Islam tentang persaingan pasar ini di satu sisi berbeda dan lebih bagus dari pendekatan konvensional dan menunjukkan bahwa pasar yang kompetitif bukanlah pasar yang imajinatif.

Kata Kunci: Ajaran Islam, pasar dan kompetisi

ABSTRACT

The objective of this paper is analyzing Islamic teaching to promote a market competition. It is important to analyze these Islamic teachings because the Islamic teachings provide a different approach and better than the conventional approach in promoting a market competition. There are three Islamic teachings in promoting a market competition. First is motivating and encouraging sellers to compete continuously, second is rejecting a state price and market mechanism intervention and the third is banning all of unfair transactions. All of the teachings will promote a market competition. Sellers as the main participants of competition intend to compete continuously and fairly. They will compete continuously each other because motivated and encouraged to do so. The continuous competition will depend on sellers' competency to compete, because they cannot exploit government intervention. Also, they will compete fairly because all of unfair transactions are banned comprehensively and immediately. These Islamic teachings to promote market competition, in one side, show that Islamic teachings different and better than the conventional approach in handling competition to be a continuous and fair competition, and in other side, show that competitive market is not an imagination one.

Keywords: Islamic teachings, market, competition

A. PENDAHULUAN

Islam mengatur semua sistem kehidupan manusia sejak zaman dahulu dan bersifat komprehensif yang mencakup semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual dan religius. Ekonomi Islam adalah ekonomi yang dibangun atas dasar agama Islam sehingga semua aturan tidak boleh terlepas dari dari syariat yang telah di tetapkan Allah SWT.

Semua aktifitas ekonomi baik produksi, distribusi, konsumsi, pemasaran impor dan ekspor tidak boleh lepas dari aturan syariat Islam. Oleh karena itu, semua rumah tangga dan perusahaan yang berinteraksi di pasar, tidak boleh membuat aturan sendiri atau adanya kuasa pasar (market power/monopolistic) karena akan berpengaruh pada kemampuan pelaku usaha ekonomi yang ada di pasar, sehingga pentingnya tercipta sebuah pasar yang sempurna, dimana baik produsen maupun konsumen berlaku sebagai *price taker*.

Pasar yang bersaing secara sempurna adalah impian setiap orang, karena dengan begitu keadilan antara produsen dan konsumen akan tercipta. Islam juga memiliki prototipe bagaimana pasar yang ideal, dimana tidak ada kezhaliman, tidak adanya penguasaan oleh satu pelaku ekonomi. Pasar persaingan tidak sempurna adalah suatu bentuk pasar yang kehilangan satu atau lebih ciri-ciri yang dimiliki oleh pasar persaingan sempurna dimana

(penjual dan pembeli) tidak memiliki keluasaan untuk menetapkan atau menentukan harga suatu produk. Pasar dengan banyak campur tangan pemerintah juga akan mengalami distorsi yang akan membawa perekonomian pada ketidakefisienan (*ineficiency*) dan ketidakseimbangan (*non equilibrium*) dan berimbas pada pelaku usaha.

B. METODE

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari survei langsung dan wawancara yang diajukan secara langsung kepada pengusaha keramik di Kota Malang dengan jumlah populasi sebanyak 64 industri keramik, dalam populasi tersebut peneliti menggunakan 39 industri sebagai sampel. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan penyebaran kuisisioner kepada pemilik usaha keramik yang terkait.

Analisis Pangsa Pasar dimana seluruh perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda dari perusahaan lain, yang berkisar antara 0 – 100 persen dari keseluruhan total penjualan yang berada di pasar. Market Share atau Pangsa Pasar memberi gambaran tentang keuntungan yang diperoleh perusahaan dari total hasil penjualannya. Adapun beberapa kriteria Pangsa Pasar yang harus diketahui adalah sebagai berikut : 1. Monopoli murni, bila suatu perusahaan memiliki hasil 100 % dari pangsa pasar. 2. Perusahaan Dominan, bila

memiliki 80 – 100 % dari pangsa pasar dan tanpa pesaing kuat. 3.

Oligopoli ketat, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 60 – 100% dari pangsa pasar. 4. Oligopoli longgar, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 40 - < 60% pangsa pasar. 5. Persaingan monopolistik, jika banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar. 6. Persaingan murni, jika lebih dari 50 pesaing, tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Pasar

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Dalam Islam pasar memiliki peran penting dalam perekonomian. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah di jalani selama berabad-abad.

Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang dan jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan terhadap sebuah produk, dan para penjual sebagai kelompok lainnya menentukan penawaran terhadap produk. Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Kedua subyek

tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang yang ada di pasar.

Pasar adalah hubungan keseluruhan dari permintaan dengan penawaran terhadap barang atau jasa. Struktur pasar dibedakan dari segi banyaknya pembeli dan penjual. Pasar yang terdiri dari banyak penjual dengan banyak barang yang relatif homogen disebut pasar bersaing sempurna (market perfect) sedangkan pasar yang terdiri dari banyak penjual dan barang berbeda disebut mono-polistik, pasar yang hanya ada satu penjual disebut pasar monopoli, dan pasar yang ada beberapa penjual disebut pasar oligopoli.

Fungsi pasar ialah sebagai mata rantai yang mempertemukan penjual (yang mempunyai barang dan menginginkan uang) dengan pembeli (yang mempunyai uang dan menginginkan barang). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan hubungan sosial dan infrastruktur tempat bertemunya atau berlangsungnya kegiatan usaha menjual dan membeli barang dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran yang sah.

2. Pasar Sempurna (Perfect Markets)

3. Pengertian pasar Sempurna

Pasar persaingan sempurna yaitu di mana penjual tidak dapat menentukan harga disebut price taker, setiap penjual

atau pembeli tidak dapat memengaruhi keadaan di pasar dan penjual akan menjual barangnya sesuai dengan harga yang berlaku dipasar. Ciri-ciri pasar sempurna antara lain:

a. Penjual adalah pengambil harga.

Pengambil harga berarti perusahaan yang ada dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Adapun tindakan perusahaan di dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan ke atas harga pasar yang berlaku.

b. Bebas keluar 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.

c. 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.

d. Terdapat banyak penjual di pasar

Penjual tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga, karena semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli, hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti harga di pasar.

e. 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. Pasar persaingan sempurna penerima harga (price taker). Barang dan jasa yang dijual di pasar bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan.

4. Pandangan Islam Mengenai Pasar

Sempurna

Mekanisme pasar yang Islami menurut Ibnu Taimiyah

- a. 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.
- b. Perlunya informasi mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan.
- c. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar sehingga segala bentuk kolusi antara kelompok para penjual dan pembeli tidak diperbolehkan.
- d. Homogenitas dan standardisasi produk sangat dianjurkan ketika terjadi pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan-kecurangan dalam mempresentasikan barang-barang tersebut.
- e. 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

adalah 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 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.

5. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Sempurna

Adapun kelebihan pasar sempurna antara lain:

- a. Tidak ada persaingan di pasar ini karena produk yang dijual homogen atau serupa
- b. Dalam pasar yang bersaing sempurna, penjual tidak perlu memasang iklan untuk promosi.
- c. Harga barang dan jasa yang dijual ditentukan oleh semua penjual dan pembeli secara bersamaan dan umumnya harga cenderung stabil.

- d. Harga didasarkan pada transaksi tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
- e. Penjual dan pembeli bertindak bebas dalam transaksi. Pembeli bebas membeli barang yang dia inginkan dan dari pabrik manapun yang dia inginkan.
- f. Mampu mendorong efisiensi dalam produksi. Dengan jumlah produsen atau penjual yang banyak, maka produsen akan berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu barang yang dijualnya.

Adapun kekurangannya adalah:

- a. Dalam pasar persaingan sempurna tidak ada dana untuk melakukan penelitian atau pengembangan produk sehingga inovasi yang dilakukan sangat minimal.
- b. Pembeli mengalami keterbatasan dalam memilih barang atau jasa karena produk yang dijual adalah sama dan kualitasnya sama.
- c. Pekerja cenderung menerima upah atau gaji rendah.
- d. Seringkali ada ketidakseimbangan dalam distribusi pendapatan dari masing-masing produsen yang mengakibatkan konflik keadilan.

6. Pasar Tidak Sempurna (Imperfect Markets)

1. Bentuk-Bentuk Pasar

a. Pasar Monopoli

berdasarkan UU anti monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Istilah monopoli itu berasal dari bahasa Yunani yakni monos polein yang berarti menjual sendirian. Oleh sebab itu, para ahli berpendapat bahwa monopoli terjadi bila output seluruh industri diproduksi dan dijual oleh satu perusahaan saja. Sebagai penjual tunggal maka ia memiliki kekuatan untuk mengatur harga (price maker). Contoh dari perusahaan-perusahaan monopoli di Indonesia di antaranya PLN, PAM, TELKOM, dan PT KAI.

Pandangan Islam Mengenai Pasar Monopoli bukanlah suatu hal yang dilarang. Dalam islam yang dilarang adalah melakukan monopoli atau (ihtikar). Ihtikar adalah mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang tinggi. Ihtikar diharamkan dalam islam dengan alasan dapat menimbulkan kemudharatan bagi manusia. Ihtikar tidak hanya akan merusak mekanisme pasar, tetapi juga akan menghentikan keuntungan yang akan diperoleh orang lain serta menghambat proses distribusi kekayaan di antara manusia. Aktivitas ekonomi

dapat dikatakan ihtikar apabila objek penimbunan adalah barang-barang kebutuhan masyarakat, dan tujuan penimbunan adalah untuk meraih keuntungan di atas kebutuhan normal.

Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja. Dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Adapun ciri-ciri pasar monopoli:

- 1) Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan.
- 2) Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip
- 3) Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk kedalam industri
- 4) Dapat memengaruhi penentuan harga
- 5) Promosi iklan kurang diperlukan

b. Pasar Monopolistis

Pasar monopolistis adalah struktur pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang-barang berbeda corak. Pasar persaingan monopolistis yaitu pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrim, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh sebab itu, sifat-sifatnya mengandung unsur-unsur sifat pasar monopoli dan unsur-unsur sifat pasar persaingan sempurna. Pasar

persaingan monopolistis dapat didefinisikan sebagai suatu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan produk yang berbeda corak. Adapun ciri-cirinya:

- 1) Terdapat banyak penjual
- 2) Barangnya bersifat berbeda corak
- 3) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan memengaruhi harga
- 4) Kemasukan ke dalam industri relatif mudah
- 5) Persaingan Memproduksi Penjualan Sangat Aktif

c. Pasar Oligopoli

Pasar Oligopoli adalah pasar yang terdiri dari beberapa produsen yang menghasilkan seluruh atau sebagian besar total output di pasar. Pasar oligopoli yaitu pasar barang yang terdiri hanya dari beberapa perusahaan yang mempunyai ukuran dan model yang relatif besar, barang yang dihasilkan bersifat berbeda corak seperti produksi mobil atau barang serupa seperti perusahaan perminyakan. Adapun ciri-ciri pasar oligopoli antara lain:

- 1) Menghasilkan barang standar atau berbeda corak

Contoh perusahaan yang menghasilkan barang standar yakni industri yang menghasilkan bahan mentah seperti produsen bensin, industri baja, dan industri semen.

Dan untuk industri yang menghasilkan barang berbeda corak seperti industri mobil dan truk, rokok, dan sabun cuci.

- 2) Kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah ada kalanya sangat tangguh
- 3) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan.

2. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tidak Sempurna

a. Pasar oligopoli

Kelebihan pasar oligopoli yakni: Pengembangan produk diimbangi oleh kemajuan iptek, penjual leluasa menentukan harga dan bisa mendapatkan keuntungan lebih sedangkan kekurangan pasar oligopoli adalah tingkat keefisiensi prodaknya rendah, adanya kemungkinan terjadi eksploitasi, serta adanya perang harga antar produsen. Contoh Pasar Oligopoli seperti pasar semen, pasar mobil, dan pasar conter.

b. Pasar Monopolistik

Kelebihan Pasar Monopolistik yaitu: Menghasilkan barang yang berbeda corak, distribusi pendapatan dalam masyarakat merata adapun kekurangan pasar monopolistik adalah operasinya tidak seefisien pasar

persaingan sempurna karena harga lebih tinggi, kuantitas produksi rendah, dan pada keseimbangan tidak tercapai efisiensi produktif dan efisiensi alokatif, perusahaan tidak mempunyai galakan untuk inovasi. Contoh Pasar Monopolistik: pasar motor, dan pasar komputer.

7. Mekanisme pasar Konvensional dan Islam

Mekanisme pasar merupakan suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari permintaan dan penawaran. Sistem ekonomi konvensional memandang posisi pemerintah dalam mekanisme pasar terdapat perbedaan pendapat. Para ekonom membagi mekanisme pasar menjadi tiga yaitu:

a. Sistem Ekonomi Pasar Bebas

Pada sistem ekonomi ini seluruh kegiatan ekonomi diatur sepenuhnya oleh mekanisme pasar (*invisible hand*). Oprak produksi nasional ditentukan oleh interaksi antara penjual dan pembeli, dan sistem ekonomi pasar memiliki kelebihan dari sistem ekonomi yang lain karena adanya faktor-faktor produksi yang digunakan secara efisien. Pertumbuhan ekonomi akan berjalan dengan selaras jika adanya kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi yang disukai.

b. Sistem Perekonomian Perencanaan Pusat

Perencanaan pusat berarti seluruh kegiatan diatur oleh pusat, pemerintah

yang mengatur dan menentukan kegiatan dan corak perekonomian. Namun dalam sistem ini kurang menguntungkan dan bukan pilihan yang baik untuk menggantikan sistem pasar. Dibuktikan dari kegagalan negara-negara komunis dalam membangun ekonominya yang diakhiri runtuhnya sistem tersebut pada akhir tahun 1980-an dan permulaan tahun 1990-an.

c. Sistem Ekonomi Campuran

Sistem ekonomi campuran muncul disebabkan adanya kegagalan dalam mekanisme pasar, sehingga secara langsung maupun tidak langsung diperlukan campur tangan pemerintah untuk memperbaiki sistem ekonomi di negara tersebut.

Tujuan dari campur tangan pemerintah, yakni:

- a. Menghindari kerugian dan akibat buruk perekonomian dengan cara mengawasi setiap kegiatan ekonomi negara.
- b. Memberi jalan kemudahan masyarakat dalam memperoleh barang melalui penyediaan barang publik yang cukup dengan harga yang terjangkau.
- c. Melarang kegiatan monopoli dengan cara mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan besar dalam mempengaruhi pasar

- d. Menjamin setiap kegiatan ekonomi terhindar dari penindasan dan ketidaksetaraan pada masyarakat.
- e. Memastikan pertumbuhan ekonomi dapat diwujudkan secara efisien.

Bentuk campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi, yaitu:

- a. Membuat dan melaksanakan peraturan dan undang-undang.
- b. Melakukan kegiatan ekonomi secara langsung, seperti membuat perusahaan.
- c. Melakukan kebijakan fiskal dan kebijakan moneter.

Dalam mekanisme pasar yang lebih baik tentu perlu dilengkapi dengan pengendalian, pengawasan, dan kerjasama yang baik.

Mekanisme Pasar dalam Islam

Dalam konsep Islam, mekanisme pasar yaitu penentuan harga yang dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Penentuan permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat. Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka agar mekanisme pasar dapat berjalan

dengan baik dan memberikan mutual goodwill bagi para pelakunya.

Adapun larangan-larangan yang mengganggu mekanisme pasar yang Islam:

- a. Tallaqi rukban
- b. Mengurangi timbangan
- c. Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas barang yang buru
- d. Transaksi Najasy
- e. Ikhtikar
- f. Ghaban faa-hisyi (besar) dilarang, yaitu menjual diatas harga pasar.

Dalam ekonomi Islam tidak dikenal sikap mendua, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Jadi monopoli sah-sah saja. Namun, siapapun yang melakukan monopoli pasar tidak boleh ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi (monopolistic rent).

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Agama Islam mengatur pasar dan mekanismenya dari pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna yang di dalamnya ada (pasar monopoli, pasar monopolistik, pasar oligopoli). Dalam pandangan konvensional mekanisme pasar berdasarkan dari permintaan dan penawaran,

POINT Vol. 1, No. 1, Des 2021
sedangkan dalam Islam mekanisme pasar ditentukan permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat.

Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan mutual goodwill bagi para pelakunya.

2. Saran

Dalam pembuatan makalah ini tentunya masih banyak terdapat beberapa kesalahan baik dari isi dan cara penulisan. Untuk itu, penulis mohon maaf jika pembaca kurang merasa puas dengan hasil yang sudah penulis sajikan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Nasser Hasibuan, Jurnal Imara, "[Strategi pemasaran produk funding di PT. Bank pembiayaan rakyat syariah padangsidempuan](#)", 2018.

Ali Hardana, Effect Of Service Quality And Employee Performance On Customer Satisfaction at PT. Pawnshop Pinang City Sharia Service Unit, **2021**, DOI: <https://doi.org/10.24952/jsb.v2i2.4944>.

Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar Dalam Islam." Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 4, No. 2, (2015).

P3EI UII Yogyakarta dan BI, *Ekonomi Islam*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta 2013.

Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga*, (Jakarta: PT

- Raja Grafindo Persada, 2015. (Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Ahmad Afan Zainidi. "Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ummul Qura Vol IV*, No. 2, (2014).
- Martina, "Kelebihan dan Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna (Price Taker)", *Ukirama*, 2019.
- Ni'matul Fitria Mukaromah, "Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam" dalam *jurnal Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Volume 4 (2) 2020*.
- Tri Kunawangsih Pracoyo dan Antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Rokhman Subagiyo, "Struktur Pasar dalam Islam" (Pasar Persaingan Sempurna dan Tidak Sempurna) (*repo.iain tulungagung.ac.id*, 2016.
- Rukiah, [Implementasi Sifat Ta'awun Dalam Lembaga Keuangan Syariah Melalui Akad Al-Qardh](#), 2019
- Sugiarto, Tedy Herlambang, Dkk. *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* Jakarta: PY Grafindo Pustaka Utama, 2007.