



Struktur Pasar dan Persaingan Harga dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Syaiful Bahri, Riana Tirsya, Erniwati

Universitas Perguruan Tinggi Ilmu Qur'an Jakarta, Indonesia

Email: ust.saibah@gmail.com, ririntirsya@gmail.com, erni4pks8@gmail.com

Abstrak

Mekanisme pasar dan persaingan harga merupakan jantung dari aktivitas ekonomi, namun seringkali menimbulkan ketidakadilan jika tidak diatur secara baik. Ekonomi konvensional menekankan efisiensi, sementara ekonomi syariah menawarkan pendekatan berbasis nilai untuk memastikan keadilan dan kesejahteraan bersama. Integrasi kedua perspektif ini diperlukan untuk menciptakan sistem pasar yang ideal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh karakteristik struktur pasar terhadap persaingan harga, mengidentifikasi faktor-faktor penentunya, serta mengevaluasi dan merumuskan prinsip syariah dalam mengoptimalkan persaingan yang adil dan efisien. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif-komparatif melalui studi literatur mendalam terhadap teori ekonomi mikro konvensional dan sumber-sumber ekonomi syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna menciptakan kompetisi harga yang sehat dan paling selaras dengan nilai-nilai syariah, sedangkan struktur pasar seperti monopoli dan oligopoli cenderung merugikan konsumen dan memerlukan regulasi ketat. Faktor penentu intensitas persaingan harga meliputi elastisitas permintaan, hambatan masuk, transparansi informasi, dan diferensiasi produk. Perspektif ekonomi Islam menekankan prinsip keadilan (*adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan keseimbangan (*tawazun*), yang diwujudkan melalui transparansi, larangan eksploitasi, pengawasan pasar (*hisbah*), dan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pentingnya integrasi antara efisiensi ekonomi dan etika syariah untuk menciptakan kerangka persaingan harga yang tidak hanya efisien tetapi juga berkeadilan dan berkelanjutan. Kontribusi penelitian berupa penyusunan kerangka evaluatif yang mengintegrasikan teori ekonomi konvensional dengan prinsip normatif ekonomi syariah untuk dijadikan acuan dalam perumusan kebijakan.

Kata Kunci: Struktur Pasar; Persaingan Harga; Ekonomi Syariah; Keadilan; Maslahah.

Abstract

Market mechanisms and price competition are the heart of economic activity, but often create injustice if not properly regulated. Conventional economics emphasizes efficiency, while Islamic economics offers a value-based approach to ensure justice and collective welfare. Integration of these two perspectives is needed to create an ideal market system. This research aims to analyze the influence of market structure characteristics on price competition, identify its determining factors, and evaluate and formulate Sharia-based principles to optimize fair and efficient competition. The research employs a qualitative descriptive-comparative method through an in-depth literature study of conventional microeconomic theories and Islamic economic sources. The findings indicate that a perfectly competitive market fosters healthy price competition and aligns most closely with Islamic values, while market structures such as monopoly and oligopoly tend to harm consumers and require strict regulation. Key determinants of price competition intensity include demand elasticity, entry barriers, information transparency, and product differentiation. The Islamic economic perspective emphasizes the principles of justice (*adl*), public welfare (*maslahah*), and balance (*tawazun*), implemented through transparency, prohibitions on exploitation, market supervision (*hisbah*), and fair dispute resolution mechanisms. The study concludes that integrating economic efficiency with Islamic ethics is essential to create a framework for price competition that is not only efficient but also just and sustainable. Its main contribution is the development of an evaluative framework that integrates conventional economic theory with the normative principles of Islamic economics, to be used as a reference for policy formulation.

Keywords: Market Structure; Price Competition; Islamic Economics; Justice; Maslahah.

PENDAHULUAN

Struktur pasar memainkan peranan yang sangat krusial dalam mempengaruhi mekanisme pembentukan harga dan efisiensi alokasi sumber daya (Neglo et al., 2021; Zuhri & Ruslan, 2025). Berbagai studi menjelaskan bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal dalam suatu pasar berkontribusi terhadap efektivitas dan efisiensi dalam penentuan harga serta distribusi sumber daya. Salah satu elemen penting yang memengaruhi struktur pasar adalah ketersediaan dan alokasi sumber daya. Menurut Jatmika et al., (2019) alokasi sumber daya yang strategis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja tenaga kesehatan dan kualitas perawatan, yang akhirnya berimplikasi langsung terhadap tingkat kesembuhan pasien. Temuan tersebut menggarisbawahi pentingnya efisiensi dalam alokasi sumber daya untuk meningkatkan output yang diharapkan di sektor pelayanan kesehatan, mencerminkan dinamika pasar secara lebih luas.

Sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan landasan penting mengenai hal ini. Jatmika et al. (2024) menekankan pentingnya efisiensi alokasi sumber daya, yang dalam konteks kesehatan berpengaruh signifikan terhadap output yang diharapkan, merefleksikan dinamika alokasi sumber daya dalam pasar yang lebih luas. Pulgar et al. (2024) menggarisbawahi dimensi sosial dari pembentukan harga dengan menggambarkan bagaimana struktur sosial dan jaringan komunitas dalam sektor perikanan dapat mempengaruhi harga, menunjukkan bahwa harga tidak hanya ditentukan oleh biaya produksi semata. Dari perspektif pemodelan yang lebih teknis, Defourny dan Moazeni (2021) berargumen bahwa model harga struktural memberikan pemahaman yang lebih superior tentang mekanisme pembentukan harga dibandingkan model sederhana, karena mampu menangkap detail operasional pasar. Feng dan Liu (2024) lebih lanjut menegaskan bahwa harga yang efisien harus reflektif terhadap nilai dan kuantitas komponen yang terlibat, berfungsi sebagai sinyal untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Secara keseluruhan, struktur pasar tidak hanya mempengaruhi pembentukan harga tetapi juga berkontribusi terhadap tingkat efisiensi dalam alokasi sumber daya. Berbagai model dan mekanisme yang telah diusulkan dalam penelitian menunjukkan interaksi kompleks antara faktor-faktor sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang berperan dalam menentukan harga dan distribusi sumber daya.

Dalam kajian ekonomi konvensional, struktur pasar sering kali dianalisis dari segi teknis, termasuk jumlah pelaku pasar, tingkat hambatan masuk, dan elastisitas permintaan. Kajian tersebut berfokus pada efisiensi alokasi sumber daya dan mekanisme pembentukan harga yang menciptakan kondisi pasar yang kompetitif. Namun, pandangan dalam ekonomi Islam menawarkan pendekatan yang lebih multidimensional, menekankan nilai-nilai fundamental seperti keadilan ('adl), kemaslahatan publik (maslahah), dan keseimbangan (tawazun) dalam kegiatan ekonomi.

Ekonomi Islam memperkenalkan sistem yang menjamin keadilan dan profit tanpa mengorbankan nilai-nilai moral. Menurut analisis oleh Kurniawati dan Nurwahidin, sistem ekonomi Islam melarang praktik riba, maysir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian) yang sering menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi. Dengan demikian, aspek keadilan menjadi inti dalam pembentukan harga, di mana setiap transaksi harus terasa adil dan substansial bagi semua pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, diperlukan pengaturan yang ketat untuk

melindungi kepentingan konsumen dan produsen, sehingga menjaga keseimbangan dalam pengoperasian pasar.

Di sisi lain, kajian oleh Budiantoro et al. (2018) menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pelarangan riba dalam ekonomi Islam berakar dari prinsip-prinsip etika yang berorientasi pada masalah. Ini mendorong pengembangan solusi keuangan yang lebih inklusif, seperti sistem bagi hasil, yang menawarkan alternatif yang lebih adil dalam pengelolaan risiko dan keuntungan. Dalam sistem ini, kedua pihak dalam transaksi berkontribusi secara proporsional terhadap keuntungan dan kerugian, menciptakan landasan untuk interaksi pasar yang lebih seimbang dan berkelanjutan.

Lebih jauh, pemahaman tentang struktur pasar dalam konteks ekonomi Islam dapat diperkuat melalui pendekatan historis dan sistematis yang dikemukakan oleh Arifin. Pendekatan ini memberikan landasan untuk memahami dinamika pasar modern dan tantangan yang dihadapi, sambil tetap mematuhi nilai-nilai luhur yang dianut dalam Islam. Penekanan pada keadilan sosial dan tanggung jawab moral dalam transaksi pasar tidak hanya membentuk harga, tetapi juga menciptakan integritas pasar yang esensial untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, meskipun ekonomi konvensional berfokus pada analisis teknis struktur pasar, ekonomi Islam membawa perspektif nilai-nilai yang lebih holistik, menekankan keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada efisiensi alokasi sumber daya, tetapi juga menciptakan suasana pasar yang lebih sehat dan adil bagi semua pelaku ekonomi.

Dengan demikian, terdapat dialektika yang menarik antara pendekatan teknis-efisiensi dari ekonomi konvensional dan pendekatan nilai-nilai dari ekonomi Islam. Namun, meskipun banyak kajian mengenai struktur pasar dalam ekonomi konvensional dan eksplorasi normatif prinsip ekonomi Islam, masih sedikit penelitian yang secara sistematis dan komparatif mengintegrasikan keduanya. Khususnya, kajian yang mengevaluasi setiap bentuk struktur pasar konvensional (persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, monopolistik) secara langsung melalui lensa maqashid syariah dan nilai-nilai etik Islam masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana masing-masing struktur pasar dapat dianalisis dan dioptimalkan berdasarkan prinsip syariah. Melalui pendekatan deskriptif-komparatif dan studi pustaka, penelitian ini menyusun kerangka evaluatif yang tidak hanya menilai efisiensi pasar, tetapi juga memastikan keberpihakan terhadap keadilan dan keberlanjutan sosial.

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah penyusunan framework analitis yang mengintegrasikan teori mikroekonomi tentang struktur pasar dengan fondasi etika ekonomi Islam. Hasil kajian ini diharapkan menjadi acuan normatif dan aplikatif dalam merumuskan kebijakan harga yang kompetitif, adil, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif-komparatif untuk mengevaluasi berbagai struktur pasar dalam perspektif ekonomi syariah. Data dikumpulkan melalui studi literatur yang mendalam terhadap teori-teori ekonomi mikro konvensional serta sumber-sumber utama dan sekunder dalam ekonomi Islam.

Analisis deskriptif-komparatif dilakukan dengan menyusun kerangka kerja perbandingan antara karakteristik masing-masing struktur pasar—yaitu persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik—dengan prinsip-prinsip normatif dalam ekonomi syariah, seperti `adl (keadilan), maslahah (kesejahteraan umum), dan tawazun (keseimbangan). Setiap struktur pasar dianalisis berdasarkan indikator ekonomi (jumlah pelaku, hambatan masuk diferensiasi produk, elastisitas permintaan) dan kemudian dikaji keterkaitannya dengan nilai-nilai Islam secara normatif

Dalam mengkaji sumber-sumber syariah, penelitian ini menggunakan pendekatan hermeneutik-kontekstual, yakni dengan menggali makna tekstual dari Al-Qur'an, Hadis, serta karya-karya ulama klasik dan kontemporer (seperti Ibnu Taimiyah, Al-Ghazali, dan Yusuf al-Qaradawi), untuk kemudian diinterpretasikan dalam konteks sistem pasar modern. Proses ini melibatkan analisis makna normatif terhadap istilah kunci (seperti ihtikar, al-si'r al-'adil, dan hisbah), serta penyandingan konsep antara ajaran muamalah dan fenomena pasar saat ini. Triangulasi data dilakukan dengan mengonfirmasi hasil interpretasi tersebut menggunakan publikasi akademik terkini dan laporan lembaga ekonomi syariah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan validitas konseptual dan memastikan relevansi antara teori pasar mikro dengan aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Persaingan Sempurna dan Implikasinya dalam Ekonomi Syariah

Pasar persaingan sempurna adalah model ekonomi yang sering digunakan untuk memahami interaksi antara penawaran dan permintaan, serta bagaimana harga ditentukan dalam suatu pasar. Dalam pasar ini, semua pelaku berfungsi sebagai price taker dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar. Konsep ini memiliki implikasi yang signifikan dalam konteks ekonomi syariah, yang menekankan keadilan (adl), kemaslahatan publik (maslahah), dan keseimbangan (tawazun).

Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna ditentukan oleh berbagai karakteristik, termasuk:

1. Banyaknya Penjual dan Pembeli: Di pasar ini, terdapat banyak penjual dan pembeli sehingga tidak ada satu pun pelaku yang dapat mengontrol harga. Hal ini sesuai dengan pandangan ekonomi Islam yang mengutamakan keadilan dalam transaksi dan menghindari monopoli, yang dapat menyebabkan ketidakadilan dalam penetapan harga.
2. Produk Homogen: Produk yang ditawarkan memiliki kesamaan sehingga konsumen tidak dapat membedakan produk dari pelaku yang satu dengan yang lain. Dalam konteks ekonomi syariah, homogenitas produk dituntut untuk memenuhi kriteria halal dan sesuai syariah, yang berkontribusi terhadap kesejahteraan konsumennya.
3. Informasi Sempurna: Dalam pasar persaingan sempurna, semua pelaku memiliki akses informasi yang lengkap dan sama tentang harga dan kualitas produk. Ini mendukung keputusan yang adil dan rasional dalam transaksi, mencerminkan nilai transparansi yang dianjurkan dalam ekonomi syariah.
4. Kemudahan keluar dan masuk pasar: Struktur ini memungkinkan pelaku untuk dengan mudah memasuki atau meninggalkan pasar tanpa mengalami hambatan besar. Dalam ekonomi syariah, kemudahan ini mendorong inovasi dan investasi, karena pelaku pasar dapat dengan bebas mencari peluang baru.

Mekanisme Pembentukan Harga

Dalam pasar persaingan sempurna, harga terbentuk dari interaksi antara penawaran dan permintaan. Saat permintaan meningkat, harga berpotensi naik, sebaliknya jika permintaan menurun, harga dapat turun. Mekanisme ini serupa dengan prinsip mekanisme pasar dalam ekonomi Islam, di mana keadilan harga adalah konsep utama yang tercermin dalam penciptaan keseimbangan antara penawaran dan permintaan

Implikasi dalam Ekonomi Syariah

Konsep pasar persaingan sempurna memiliki beberapa implikasi penting dalam ekonomi syariah:

1. Keadilan Harga: Dengan adanya banyak pelaku, harga yang berlaku di pasar diharapkan mencerminkan keadilan bagi semua pelaku. Jika mekanisme pasar terganggu, keadilan harga dapat terganggu, sesuai dengan pandangan Islam yang menempatkan aspek keadilan sebagai fundamental dalam setiap transaksi
2. Kemaslahatan Publik: Ekonomi syariah menekankan pada kemaslahatan, di mana hasil dari setiap transaksi harus memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Pasar yang bersaing dengan baik untuk mencapai harga yang adil dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menegaskan bahwa pasar memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi sosial
3. Kesenambungan dan Keseimbangan: Pasar persaingan sempurna bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara penawaran dan permintaan, yang sejalan dengan prinsip tawazun dalam ekonomi syariah, di mana stabilitas pasar adalah kunci untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan

Pasar persaingan sempurna memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana harga ditentukan dalam interaksi antara penawaran dan permintaan. Dalam konteks ekonomi syariah, struktur ini memberikan peluang untuk menerapkan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan kesejahteraan sosial. Dengan melakukan pengaturan yang baik dan memastikan bahwa pasar beroperasi secara efisien, ekonomi syariah dapat mencapai tujuan-tujuan sosial dan ekonomi yang lebih besar dan lebih berkelanjutan.

Pasar Monopoli dan Tinjauan Syariahnya

Pasar monopoli merupakan struktur pasar di mana terdapat satu penjual yang menguasai seluruh pasokan barang atau jasa dalam pasar tersebut. Dalam pandangan ekonomi syariah, kondisi monopoli memiliki implikasi yang kompleks terkait dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, serta larangan terhadap praktik eksploitasi. Pembahasan ini akan mengungkap karakteristik pasar monopoli serta bagaimana analisis syariah dapat diaplikasikan dalam konteks tersebut

Karakteristik Pasar Monopoli

1. Satu Penjual: Dalam pasar monopoli, hanya ada satu perusahaan atau individu yang menyediakan produk atau jasa. Hal ini menyebabkan penjual memiliki kekuatan pasar yang sangat tinggi, yang dapat memengaruhi harga secara signifikan. Ketidakadilan muncul ketika penjual memanfaatkan posisinya untuk menetapkan harga lebih tinggi dari yang

seharusnya, yang bertentangan dengan prinsip keadilan ('adl) dalam ekonomi syariah "undefined" (2016)

2. Hambatan Masuk Tinggi: Pasar monopoli sering kali diwarnai dengan hambatan tinggi yang menghalangi pendatang baru untuk memasuki pasar. Hambatan ini bisa berupa biaya yang besar, hak paten, atau kontrol atas sumber daya kritis. Penghalang masuk yang tinggi ini mengakibatkan kurangnya kompetisi, dan dalam perspektif ekonomi syariah, hal ini mengakibatkan kurangnya keberagaman yang dapat menguntungkan konsumen
3. Kontrol Penuh Terhadap Harga: Monopol mengatur harga tanpa tekanan dari pesaing. Penjual monopoli dapat mengenakan harga pada tingkat yang lebih tinggi karena tidak ada alternatif untuk produk tersebut, yang bisa merugikan konsumen. Dalam perspektif syariah, praktik semacam ini tidak sesuai, karena prinsip fair play dalam perdagangan dan transaksi ditekankan untuk memastikan kesejahteraan sosial

Implikasi dalam Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi syariah, pasar monopoli dipandang dengan skeptisisme karena sifatnya yang dapat menciptakan ketidakadilan. Beberapa implikasi penting meliputi:

1. Keadilan dan Etika Ekonomi: Islam menekankan keadilan dalam setiap aktivitas ekonominya. Ketika pasar dikuasai oleh satu penjual, ada risiko besar terhadap ketidakadilan dan eksploitasi terhadap konsumen. Hal ini bertentangan dengan asas 'adl di mana semua aktor dalam ekonomi harus diperlakukan secara fair dengan hak dan kewajiban yang seimbang.
2. Kemaslahatan Umum: Praktik monopoli cenderung tidak menguntungkan masyarakat secara keseluruhan. Ketika harga tinggi dan pilihan terbatas, kemaslahatan publik (masalah) terancam. Oleh karena itu, sistem ekonomi syariah mendukung kebijakan dan regulasi yang berupaya menangkal monopoli dan mendorong persaingan sehat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
3. Kebijakan Anti-Monopoli: Ekonomi syariah dapat mendorong adanya regulasi yang mengatur pasar untuk memastikan persaingan yang adil. Ini termasuk larangan terhadap praktik monopoli dan penguasaan pasar, serta mendorong investasi dalam sektor-sektor yang mendorong keberagaman pasar

Pasar monopoli, dengan karakteristik seperti satu penjual, hambatan masuk yang tinggi, dan kontrol harga yang tidak adil, tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada keadilan, transparansi, dan kemaslahatan publik. Untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih baik dan adil, penting bagi kebijakan ekonomi dan regulasi pasar untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh monopoli. Dengan demikian, pendekatan yang sejalan dengan prinsip syariah dapat membantu menciptakan struktur pasar yang mendukung keadilan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas

Pasar Oligopoli dan Relevansi Syariah

Pasar oligopoli adalah struktur pasar yang ditandai oleh keberadaan beberapa penjual yang saling berinteraksi dan mempengaruhi keputusan harga serta output secara bersama. Dalam konteks ekonomi syariah, pemahaman tentang oligopoli sangat penting, karena ini berkaitan dengan prinsip-prinsip keadilan, kompetisi yang sehat, dan transparansi. Di bawah ini, saya

akan membahas karakteristik utama pasar oligopoli serta relevansinya dalam perspektif ekonomi syariah.

Karakteristik Pasar Oligopoli

1. Keterbatasan Jumlah Penjual

Pasar oligopoli terdiri dari beberapa perusahaan dominan yang memiliki kekuatan pasar signifikan. Hal ini memungkinkan mereka untuk memengaruhi harga dan output dalam pasar, yang dapat menciptakan risiko praktik monopolistik. Menurut Siska et al. (2019) dalam studi di Denpasar, terdapat rasio konsentrasi yang menunjukkan bahwa pasar bunga potong berada dalam kategori oligopoli yang lemah. Ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa pelaku, persaingan tetap ada, meskipun terkadang mengarah pada mekanisme penetapan harga yang tidak sepenuhnya adil.

2. Interdependensi antar Pelaku

Dalam pasar oligopoli, keputusan satu perusahaan memengaruhi keputusan perusahaan lain. Misalnya, jika satu perusahaan menaikkan harga, perusahaan lain mungkin mengikuti atau berusaha untuk menarik pelanggan dengan tetap mempertahankan harga. Hal ini menciptakan dinamika yang kompleks, di mana setiap perusahaan harus mempertimbangkan respons kompetitor saat membuat keputusan. Ekonomi syariah mendorong perilaku adil dalam interaksi ini, di mana perusahaan diharapkan untuk tidak berkolusi atau mengatur harga secara tidak etis.

3. Homogenitas dan Diferensiasi Produk

Produk yang ditawarkan dalam pasar oligopoli bisa homogen (mirip) atau heterogen (berbeda). Misalnya, industri telekomunikasi sering kali melibatkan beberapa penyedia layanan dengan produk yang sangat mirip tetapi berbeda dalam hal fitur atau pelayanan. Dalam pandangan syariah, produk yang dijual harus memenuhi ketentuan halal dan mendorong transparansi terkait perbedaan tersebut.

4. Hambatan Masuk Pasar

Oligopoli biasanya ditandai dengan adanya hambatan untuk masuk ke dalam pasar, seperti biaya awal yang tinggi, peraturan pemerintah, atau loyalitas pelanggan yang sudah ada. Hal ini berpotensi mengakibatkan kurangnya persaingan yang sehat, yang bertentangan dengan prinsip syariah yang mengedepankan keadilan dan kesempatan yang sama bagi semua pelaku usaha pada pasar.

Relevansi Pasar Oligopoli dalam Ekonomi Syariah

1. Keadilan dalam Transaksi

Etika dan prinsip keadilan adalah inti dari ekonomi syariah. Dalam pasar oligopoli, ketika perusahaan memiliki kemampuan untuk menetapkan harga, ada risiko bagi mereka untuk mengeksploitasi konsumen. Ekonomi syariah mendorong agar pelaku pasar tetap berpegang pada nilai-nilai keadilan dalam setiap transaksi, mencegah praktik-praktik yang merugikan konsumen.

2. Kemaslahatan Publik (Maslahah)

Oligopoli dapat mengarah pada harga yang tidak kompetitif dan produk berkualitas rendah. Dalam konteks syariah, setiap perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dari keputusan bisnis mereka untuk memastikan bahwa mereka mendukung kemaslahatan masyarakat. Misalnya, kebijakan yang memungkinkan kompetisi yang lebih sehat dapat mendorong inovasi dan produk yang lebih baik, bermanfaat bagi masyarakat.

3. Regulasi yang Sejalan dengan Prinsip Syariah

Dalam konteks pasar oligopoli, regulasi pemerintah yang tepat sangat penting untuk memastikan adanya persaingan yang adil. Kebijakan tersebut dapat memasukkan prinsip-prinsip syariah yang tidak hanya mengawasi praktik bisnis tetapi juga menjamin bahwa pasar tetap adil dan transparan bagi semua pihak, sesuai dengan ajaran Islam.

Pasar oligopoli, dengan karakteristik interdependensi antar pelaku dan hambatan masuk yang tinggi, memunculkan tantangan bagi keadilan dan transparansi dalam perekonomian. Di dalam kerangka ekonomi syariah, penting untuk menggarisbawahi perlunya regulasi dan kebijakan yang menegakkan keadilan serta memastikan bahwa semua pihak mendapatkan manfaat. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam menghadapi kekuatan oligopoli, masyarakat dan pelaku ekonomi dapat mencapai kesejahteraan yang lebih baik

Pasar Persaingan Monopolistik dan Evaluasi Syariahnya

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu struktur pasar di mana terdapat banyak penjual yang menawarkan produk yang serupa tetapi tidak identik. Setiap penjual memiliki kontrol terbatas atas harga dan dapat mempengaruhi pasar melalui strategi pemasaran dan diferensiasi produk. Dalam konteks ekonomi syariah, pemahaman terhadap pasar ini memiliki relevansi yang signifikan, terutama dalam penerapan prinsip-prinsip keadilan, etika, dan kemaslahatan publik (masalah)

Karakteristik Pasar Persaingan Monopolistik

1. Banyak Penjual
Di pasar persaingan monopolistik, terdapat banyak penjual yang bersaing menawarkan produk yang berbeda dalam hal kualitas, fitur, dan merek. Hal ini memberi konsumen berbagai pilihan, tetapi juga memungkinkan setiap perusahaan untuk menarik pelanggan melalui strategi diferensiasi. Menurut Nurhayati, sifat produk yang berbeda dalam pasar ini dapat memenuhi berbagai preferensi konsumen, sehingga memberikan dampak positif terhadap kebutuhan pasar
2. Diferensiasi Produk
Diferensiasi produk adalah kunci dalam pasar monopolistik. Setiap perusahaan mencoba menciptakan atribut unik pada produk yang mereka tawarkan untuk membedakan diri dari kompetitor. Ini dapat mencakup kualitas, desain, atau bahkan faktor emosional yang terkait dengan merek produk. Dalam konteks syariah, penting untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan adalah halal dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, menciptakan kepercayaan di antara konsumen
3. Kendali Terbatas atas Harga
Karena produk tidak sama, perusahaan dapat menetapkan harga di atas biaya marginal tanpa kehilangan semua konsumennya. Namun, kenaikan harga yang berlebihan dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk kompetitor. Kebijakan harga harus menjaga keseimbangan antara keuntungan dan kesetiaan pelanggan, sejalan dengan prinsip syariah yang menekankan keadilan dalam transaksi.
4. Kemudahan Masuk dan Keluar Pasar
Meskipun ada diferensiasi produk, pasar ini cenderung memiliki hambatan masuk yang lebih rendah dibandingkan dengan pasar monopoli. Hal ini memungkinkan pelaku usaha baru untuk masuk ke dalam pasar, yang sejalan dengan prinsip syariah yang mendukung persaingan sehat dan kesempatan yang sama bagi semua pelaku bisnis.

Evaluasi Syariah terhadap Pasar Persaingan Monopolistik

1. Keadilan dalam Transaksi
Dalam ekonomi syariah, keadilan adalah prinsip utama yang harus ditegakkan dalam setiap transaksi. Praktik penetapan harga yang adil dan transparan penting untuk melindungi konsumen dari eksploitasi. Pasar monopolistik harus mengedepankan harga yang tidak merugikan konsumen, sesuai dengan prinsip 'adl
2. Kemaslahatan Publik (Maslahah)

Setiap perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik harus mempertimbangkan dampak sosial dari produk mereka. Produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberi manfaat sosial lebih diprioritaskan dalam perspektif syariah. Oleh karena itu, merek harus bertanggung jawab atas produk yang mereka luncurkan di pasar, dan dampaknya terhadap masyarakat harus secara terus-menerus dievaluasi

3. Praktik Pemasaran yang Etis

Dalam pasar yang sifatnya kompetitif, strategi pemasaran yang agresif dan menyesatkan harus dihindari. Perusahaan diharapkan untuk beroperasi dengan integritas dan kejujuran, menyampaikan informasi yang akurat tentang produk mereka

4. Regulasi dan Kebijakan untuk Mendorong Persaingan Sehat

Dalam konteks pasar persaingan monopolistik, pemerintah dan otoritas perlu mengeluarkan regulasi yang mendorong praktik kompetisi yang sehat dan mencegah perilaku anti-persaingan. Ini sesuai dengan prinsip syariah yang mendorong tindakan adil di pasar dan mempromosikan kemaslahatan bagi semua pemangku kepentingan

Pasar persaingan monopolistik memiliki karakteristik yang memerlukan analisis mendalam dalam konteks ekonomi syariah. Implementasi prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan dan kemaslahatan publik, sangat penting dalam mendampingi dinamika pasar. Dengan menjaga keterbukaan, etika, dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis, pasar monopolistik dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Analisis Komparatif dan Integratif: Intensitas Persaingan Harga dan Nilai Syariah

Dalam analisis komparatif dan integratif mengenai intensitas persaingan harga dan nilai syariah, penting untuk memahami dua aspek ini dalam konteks keuangan dan pasar. Pasar dan prinsip-prinsip syariah harus saling terkait untuk memastikan bahwa praktik bisnis tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga etis dan sesuai dengan norma-norma Islam. Di bawah ini, saya akan menguraikan berbagai komponen analisis ini dengan merujuk pada referensi yang relevan

Intensitas Persaingan Harga

1. Karakteristik Pasar dan Intensitas Persaingan

Dalam pasar dengan banyak pelaku, seperti pasar persaingan monopolistik, tingkat persaingan harga dapat bervariasi secara substansial. Hal ini bergantung pada sejauh mana produk dapat didiferensiasi. Menurut Puspitaningtyas, diferensiasi dalam produk memungkinkan perusahaan untuk membentuk harga tanpa kehilangan pelanggan terlalu banyak, yang menciptakan dinamisasi dalam strategi penetapan harga

2. Permintaan dan Penawaran

Intensitas persaingan harga tergantung pada interaksi antara permintaan dan penawaran. Dalam kondisi stabil, harga akan cenderung stabil. Namun, dalam kondisi permintaan yang fluktuatif, harga dapat berubah seiring dengan perubahan penawaran. Hariawan dan Canggih menunjukkan bahwa faktor eksternal, seperti kebijakan moneter dan kondisi ekonomi global, juga mempengaruhi harga di pasar syariah. Kenaikan harga bisa memicu pelaku pasar untuk berinovasi dan menawarkan produk yang lebih baik

3. Persaingan dan Harga yang Adil

Terdapat tantangan dalam menjaga harga yang adil tanpa mengeksploitasi konsumen. Inti dari nilai syariah adalah menuntut keadilan dalam transaksional. Praktik yang melibatkan pengaturan harga untuk keuntungan yang berlebihan bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan dalam ekonomi syariah. Oleh karena itu, mekanisme pasar perlu mempromosikan persaingan sehat yang sejalan dengan etika Islam

Nilai Syariah dalam Pasar

1. Prinsip Syariah dalam Praktik Bisnis

Nilai-nilai syariah, seperti keadilan ('adl), kemaslahatan (maslahah), dan transparansi, sangat penting dalam membentuk perilaku pelaku pasar. Menurut Nur'Aini, (2024) evaluasi dalam konteks pasar keuangan tradisional dan keuangan berbasis blockchain menunjukkan bahwa transparansi dan keamanan adalah dua aspek penting yang mendasari kepercayaan publik terhadap pasar. Prinsip-prinsip ini seharusnya menjadi landasan dalam setiap keputusan bisnis

2. Etika dalam Praktik Pemasaran dan Penetapan Harga

Pengaturan harga yang etis adalah fundamental dalam pasar yang beroperasi di bawah pedoman syariah. Sebagai contoh, teknik analisis teknikal yang digunakan untuk meramalkan pergerakan harga harus dilakukan dalam kerangka etika, sebagaimana dinyatakan dalam penelitian Basrowi et al. (2020) Strategi yang menghormati prinsip-prinsip syariah membantu perusahaan untuk mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang menciptakan loyalitas dan memperkuat posisi pasar mereka

3. Edukasi dan Literasi

Peningkatan literasi syariah di kalangan investor adalah langkah penting untuk memastikan bahwa keputusan investasi mencerminkan nilai-nilai ini. Mulyani dan Maftukhatusolikhhah (2024) menekankan pentingnya edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk pasar modal syariah. Dalam konteks ini, investor yang berpengetahuan dapat membuat keputusan yang lebih baik, berdasarkan prinsip syariah, yang pada gilirannya meningkatkan integritas pasar

Dalam analisis komparatif dan integratif mengenai intensitas persaingan harga dan nilai syariah, ditemukan bahwa ada kebutuhan untuk keseimbangan antara praktik bisnis yang kompetitif dan etika syariah. Sementara intensitas persaingan menawarkan peluang untuk inovasi dan perbaikan produk, nilai-nilai syariah menyediakan kerangka kerja untuk memastikan praktik bisnis yang adil dan bertanggung jawab. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dalam bentuk kerangka evaluatif yang mengintegrasikan teori struktur pasar konvensional dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah secara sistematis. Melalui pendekatan ini, setiap jenis struktur pasar---baik persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, maupun persaingan monopolistik---dianalisis tidak hanya dari sisi efisiensi ekonomi, tetapi juga dari sudut etika, keadilan, dan kesejahteraan dalam Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna paling sesuai dengan nilai-nilai syariah karena menjunjung tinggi keadilan harga, transparansi, dan keterbukaan akses pasar. Sebaliknya, struktur pasar seperti monopoli dan oligopoli memerlukan regulasi dan pengawasan yang ketat agar tidak menimbulkan ketimpangan dan eksploitasi yang bertentangan dengan maqashid al-syariah. Pendekatan integratif ini menegaskan bahwa struktur pasar tidak boleh dinilai secara netral, tetapi harus disandingkan dengan nilai-nilai moral dan sosial Islam. Keterbatasan studi ini terletak pada sifatnya yang konseptual-teoretis, berbasis studi literatur. Analisis belum melibatkan data empiris atau observasi lapangan terkait praktik harga dalam pasar nyata. Oleh karena itu, kajian lanjutan dengan pendekatan empiris sangat diperlukan, seperti analisis perilaku harga di sektor industri halal, perbankan syariah, atau pasar

digital berbasis syariah. Implikasi praktis dari temuan ini antara lain: pentingnya peran regulator dalam membentuk struktur pasar yang adil dengan prinsip hisbah modern; perlunya edukasi bagi pelaku usaha agar praktik harga dan diferensiasi produk tidak melanggar etika Islam; serta pemberdayaan konsumen muslim agar memiliki literasi ekonomi syariah dalam menentukan pilihan pasar yang etis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi peran institusi hisbah kontemporer, menganalisis efektivitas regulasi anti-monopoli dalam sistem ekonomi syariah, serta mengembangkan indeks etika persaingan harga berbasis nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, B., Fauzi, F., & Utami, P. (2020). Apakah memilih saham daftar efek syariah Indonesia dengan analisis teknikal akan menguntungkan? *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 39. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.555>
- Budiantoro, R. A., Sasmita, R. N., & Widiastuti, T. (2018). Sistem ekonomi (Islam) dan pelarangan riba dalam perspektif historis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i1.138>
- Defourny, B., & Moazeni, S. (2021). Implied Markov transition matrices under structural price models. *Quantitative Finance*, 21(11), 1935–1954. <https://doi.org/10.1080/14697688.2021.1921242>
- Diana, E., Tanjung, L. A., Sukiman, & Suryani, I. (2022). Tren pemahaman akhlak pada masyarakat modern. *Journal of Social Research*, 1(5), 384–390. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i5.71>
- Feng, Y., & Liu, S. (2024). Research on price formation based on resource optimization allocation. *Sustainability*, 16(12), 5129. <https://doi.org/10.3390/su16125129>
- Hariawan, H. D. A., & Canggi, C. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan investasi di pasar modal syariah: Studi kasus di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 495–511. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp495-511>
- Jatmika, D., Suprayitno, E., & Adha, S. (2024). Pengaruh ketersediaan sumber daya, kepuasan kerja perawat, dan kualitas perawatan terhadap tingkat kesembuhan pasien di Jawa Timur. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(4), 539–547. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i04.1137>
- Jatmika, S. E. D., Jatmika, S. E. D., Maulana, M., KM, S., & Maulana, M. (2019). *Pengembangan Media Promosi Kesehatan*.
- Kurniawati, F., & Nurwahidin, N. (2024). Analisis perbandingan inflasi dalam perspektif Islam dan konvensional. *Syntax Idea*, 6(3), 1403–1418. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3048>
- Mulyani, N., & Maftukhatusolikhah, M. (2024). Pengaruh edukasi pasar modal syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa ekonomi syariah IAI Nusantara Ash-Shiddiqiyah di era revolusi industri 5.0. *Adl Islamic Economic: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 5(2), 116–129. <https://doi.org/10.56644/adl.v5i2.122>
- Neglo, K. A. W., Gebrekidan, T., & Lyu, K. (2021). The role of agriculture and non-farm economy in addressing food insecurity in Ethiopia: a review. *Sustainability*, 13(7), 3874.
- Nur'aini, N. (2024). Analisis perbandingan efisiensi pasar keuangan tradisional dan pasar keuangan berbasis blockchain: Implikasi untuk transparansi dan keamanan investasi. *CRC*, 2(2), 265–278. <https://doi.org/10.32806/rhm3ad16>
- Nurhayati, N. (2021). Artikel ekonomi syariah (Mekanisme pasar syariah pada hukum kepemilikan dalam Islam). *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/59zce>
- Pulgar, M., Gómez, S., & Molina, J. L. (2024). Social network mechanisms of price formation in an artisanal fishing community in Chile. *Maritime Studies*, 23(2).

<https://doi.org/10.1007/s40152-024-00363-3>

- Puspitaningtyas, Z. (2018). Relevansi nilai informasi akuntansi dan manfaatnya bagi investor. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 16(2), 164–183. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2012.v16.i2.214>
- Siska, D. F., Susrusa, K. B., & Sudarma, M. (2019). Kinerja rantai pasok bunga potong di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal of Agribusiness Management)*, 7(2), 112. <https://doi.org/10.24843/jma.2019.v07.i02.p04>
- Zuhri, M. I., & Ruslan, D. (2025). Peran Permintaan Pasar pada Perusahaan dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3585–3591.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).