CASH Jurnal Ekonomi dan Bisnis
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia
P-ISSN XXXX, E-ISSN XXXX

Integrasi Nilai-Nilai Tauhid Dalam Stuktur Pasar: Tinjauan Systematic Literature Review

ABSTRACT *- This study presents a systematic literature review on the integration of Tawhid values in market structure. A total of 33 scholarly articles published between 2021 and 2026 from various national journals were analyzed in depth. The results show that Tawhid serves as the main foundation shaping the Islamic market structure, both ontologically, epistemologically, and axiologically. The integration of Tawhid creates a just, transparent, and welfare-oriented market, while rejecting exploitative practices such as riba, gharar, monopoly, and ihtikar. The main themes that emerged include Tawhid as the philosophical foundation of the market, principles of justice and anti-exploitation, practical implementation of Tawhid values by traders, and comparison with conventional market structures. This study concludes that Tawhid values offer a holistic alternative paradigm for developing a market structure consistent with sharia principles. Future research is expected to conduct empirical studies and integrate the Tawhid perspective with digital market challenges.*

ABSTRAK - Penelitian ini menyajikan tinjauan sistematis literatur (Systematic Literature Review) tentang integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar. Sebanyak 33 artikel ilmiah dari berbagai jurnal nasional yang diterbitkan antara tahun 2021 hingga 2026 dianalisis secara mendalam. Hasil analisis menunjukkan bahwa Tauhid berperan sebagai fondasi utama yang membentuk struktur pasar Islam, baik secara ontologis, epistemologis, maupun aksiologis. Integrasi Tauhid melahirkan pasar yang adil, transparan, dan berorientasi kemaslahatan, sekaligus menolak praktik eksploitatif seperti riba, gharar, monopoli, dan ihtikar. Tema-tema utama yang muncul meliputi Tauhid sebagai landasan filosofis pasar, prinsip keadilan dan anti-eksploitasi, implementasi praktis nilai Tauhid oleh pedagang, serta perbandingan dengan struktur pasar konvensional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai Tauhid menawarkan paradigma alternatif yang holistik bagi pengembangan struktur pasar yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian mendatang diharapkan dapat melakukan studi empiris dan mengintegrasikan perspektif Tauhid dengan tantangan pasar di era digital.

Author
[1] **Eross Satyadharma Barus**, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[2] **Sherly Nova Pramitha**, UIN Sumatera Utara, Indonesia

*[*1]Corresponding email:* sherlynovap@gmail.com

Article History
Submitted: 08 Mei 2026
Revised: 10 Mei 2026
Accepted: 03 Juni 2026
Published: 03 Juni 2026

Keywords
Tauhid, Struktur Pasar, Ekonomi Islam, Pasar Syariah, Systematic Literature Review.

PENDAHULUAN

Struktur pasar merupakan fondasi penting dalam memahami dinamika ekonomi, baik dalam sistem konvensional maupun perspektif Islam. Dalam ekonomi konvensional, struktur pasar umumnya dianalisis secara bebas nilai dengan penekanan pada efisiensi, persaingan sempurna, dan maksimalisasi keuntungan (Harahap et al., 2025; Mawadati et al., 2025; Helisia Krisdayanti, et Al.). Pendekatan ini sering kali mengabaikan dimensi moral dan spiritual dalam aktivitas ekonomi.

Berbeda dengan itu, ekonomi Islam memandang pasar sebagai ruang muamalah yang harus dibangun di atas nilai-nilai Tauhid. Tauhid berperan sebagai fondasi utama yang mengintegrasikan aspek teologis, etika, dan keadilan sosial dalam pembentukan struktur pasar (Asyrofi & Mawardi, 2025; Awara et al., 2026; Arif Budiman et al., 2025; Tria Jelita et al., 2025). Nilai Tauhid menolak berbagai praktik eksploitatif seperti monopoli, riba, gharar, dan ihtikar (Khairi et al., 2025; Nurhuda, 2026; Ramadhani et al., 2026)

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas struktur pasar Islam dan nilai Tauhid secara terpisah (Manajemen et al., 2026; Syamsuri et al., 2024). Namun, kajian yang secara khusus mengeksplorasi integrasi nilai Tauhid secara mendalam ke dalam struktur pasar masih terbatas dan belum dipetakan secara sistematis di literatur terkini. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan arus utama integrasi nilai Tauhid dalam kajian struktur pasar melalui pendekatan Systematic Literature Review terhadap 33 artikel ilmiah yang relevan.

METODOLOGI

Penelitian yang dilakukan untuk menyoroti pentingnya integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan arus utama tema integrasi nilai Tauhid dalam kajian struktur pasar melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Kami melakukan SLR untuk mengumpulkan, menyeleksi, dan mensintesis artikel ilmiah yang ada mengenai topik ini, sehingga dapat memberikan gambaran komprehensif serta arah penelitian di masa mendatang.

Penelitian ini mengumpulkan artikel ilmiah dari berbagai jurnal nasional melalui pencarian manual dan koleksi pustaka dengan kata kunci “Tauhid”, “Struktur Pasar”, “Ekonomi Islam”, “Pasar Islam”, “Mekanisme Pasar Syariah”, dan “Persaingan Semurna Islam”. Tahap awal berhasil mengumpulkan 48 artikel, kemudian dilakukan seleksi ketat berdasarkan relevansi dengan tema integrasi Tauhid dan struktur pasar. Sebanyak 33 artikel yang memenuhi kriteria inklusi digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini.

Tahap selanjutnya dilakukan klasifikasi artikel berdasarkan tema utama, tahun terbit, dan fokus pembahasan. Penelitian ini juga menggunakan aplikasi VOSviewer untuk melakukan analisis tematik dan visualisasi klaster kata kunci guna melihat hubungan antar tema yang muncul dalam literatur. Pertanyaan penelitian yang dikaji dalam tinjauan sistematis ini adalah:

1. Bagaimana integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar menurut literatur terkini?
2. Apa tema-tema utama yang muncul dari integrasi tersebut?
3. Apa implikasi dan rekomendasi arah penelitian mendatang?

Tinjauan sistematis ini menerapkan protokol yang mencakup enam langkah utama: (1) perumusan pertanyaan penelitian, (2) pendefinisian protokol tinjauan, (3) pengumpulan dan seleksi literatur, (4) analisis deskriptif, (5) analisis tematik dengan dan (6) sintesis temuan serta kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memperoleh tujuan utama tinjauan pustaka, analisis kuantitatif dilakukan, diikuti dengan analisis kualitatif terhadap 33 artikel yang dikumpulkan. Kumpulan artikel akan dianalisis untuk melihat hubungan antar tema di dalamnya. Alat analisis menggunakan aplikasi VOSviewer dapat menampilkan semua tautan antar artikel berdasarkan kata kunci dan tema pembahasan. Hal ini dilakukan untuk melihat penyebaran dan hubungan ilmu pengetahuan mengenai integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar.

Analisis secara geografis penulis penting untuk dilakukan dalam membahas integrasi Tauhid dan struktur pasar. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, 33 artikel berasal dari berbagai universitas di Indonesia. Terdapat puluhan author yang berkontribusi dalam penelitian tema ini.

Tabel 1: Hasil Analisis Berdasarkan Afiliasi

No	UNIVERSITAS	Jumlah Author
1	Universitas Negeri Islam Sumatera Utara	11
2	Universitas Negeri Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4
3	Universitas Muhammadiyah Jakarta	3
4	UIN Raden Fatah Palembang	2
5	UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	2
6	Institut Agama Islam Negeri/ STAI lainnya	5
7	Universitas Negeri Lain-lain	6
	Total	33

Hasil menunjukkan bahwa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara merupakan kampus yang paling banyak menerbitkan artikel dengan 9 artikel. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Muhammadiyah Jakarta juga memberikan kontribusi yang signifikan. Data ini menunjukkan bahwa fokus penelitian terkait integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar di Indonesia masih sangat terkonsentrasi di perguruan tinggi Islam negeri

Integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar menurut literatur terkini

Integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar merupakan tema sentral yang banyak dibahas dalam literatur ekonomi Islam. Tauhid tidak hanya dipahami sebagai akidah, melainkan sebagai fondasi filosofis yang membentuk seluruh bangunan ekonomi syariah (Asyrofi & Mawardi, 2025; Awara et al., 2026; Arif Budiman et al., 2025). Beberapa peneliti menekankan bahwa Tauhid berfungsi sebagai ontologi yang mengubah cara pandang manusia terhadap pasar, dari sekadar tempat jual beli menjadi ruang muamalah yang penuh nilai ibadah dan pertanggungjawaban akhirat (Ramadhani et al., 2026; Tria Jelita et al., 2025).

Tauhid menegaskan prinsip keesaan Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik mutlak segala sumber daya. Oleh karena itu, manusia hanya berperan sebagai khalifah yang mengelola pasar dengan penuh amanah dan tanggung jawab moral (Khairi et al., 2025; Nurhuda, 2026). Pandangan ini sangat kontras dengan ekonomi konvensional yang cenderung materialistik dan bebas nilai (Helisia Krisdayanti et al., 2025; Lamroh Ukur Bako et al., 2025; Mawadati et al., 2025).

Integrasi Tauhid juga melahirkan struktur pasar yang berkeadilan dan transparan. Berbagai literatur menunjukkan bahwa Tauhid menjadi dasar penolakan terhadap praktik-praktik terlarang seperti riba, gharar, monopoli, dan *ihtikar* atau penimbunan (Syamsuri et al., 2024). Selain itu, Tauhid mendorong penerapan prinsip keadilan distributif (‘adl) dan keseimbangan (*mizan*) dalam mekanisme harga dan persaingan pasar (Helisia Krisdayanti et al., 2025; Khairi et al., 2025; Tria Jelita et al., 2025)

Pada tataran operasional, nilai Tauhid telah diinternalisasikan oleh pelaku ekonomi. Beberapa studi kasus di pasar tradisional menemukan bahwa pedagang yang menjalankan nilai Tauhid cenderung menjaga kehalalan barang, menggunakan timbangan yang benar, menetapkan harga yang wajar, serta menjaga sikap amanah dalam setiap transaksi(Redaksi et al., 2025; Trisnani et al., 2025; Ulufal Qolbi et al., 2023; Yudril Basith, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa Tauhid tidak hanya bersifat normatif, melainkan dapat diwujudkan dalam praktik ekonomi sehari-hari.

Lebih lanjut, integrasi Tauhid dalam struktur pasar juga berfungsi sebagai solusi terhadap krisis moral ekonomi modern. Literatur menyatakan bahwa Tauhid dapat mengatasi individualisme, kesenjangan ekonomi, serta dekadensi etika yang sering terjadi dalam sistem pasar konvensional (Khairi et al., 2025; Mulyawan et al., 2025; Ramadhani et al., 2026). Dengan demikian, Tauhid menjadi paradigma alternatif yang holistik untuk membangun struktur pasar yang adil dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar memberikan kerangka yang komprehensif, menggabungkan dimensi spiritual, moral, sosial, dan ekonomi untuk mewujudkan pasar yang sesuai dengan maqasid syariah (Asyrofi & Mawardi, 2025; Awara et al., 2026; Arif Budiman et al., 2025).

Dalam perspektif ekonomi Islam, tauhid merupakan prinsip dasar yang menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan ekonomi dan pasar, harus dilandaskan pada penghambaan kepada Allah SWT. Konsep tauhid tidak hanya berkaitan dengan aspek ibadah ritual, tetapi juga menjadi landasan moral dan etika dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, struktur pasar dalam Islam tidak semata-mata dibangun atas dasar mekanisme permintaan dan penawaran, melainkan juga harus mencerminkan nilai-nilai ketuhanan, keadilan, dan kemaslahatan.

Integrasi nilai-nilai tauhid dalam struktur pasar mengandung makna bahwa seluruh pelaku pasar, baik produsen, konsumen, maupun pemerintah sebagai regulator, menyadari bahwa aktivitas ekonomi merupakan amanah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Kesadaran ini mendorong terciptanya perilaku ekonomi yang jujur, adil, transparan, dan menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, tujuan pasar tidak hanya berorientasi pada keuntungan (profit maximization), tetapi juga pada pencapaian kesejahteraan bersama (falah).

Dalam konteks produsen, nilai tauhid mendorong pelaku usaha untuk memproduksi barang dan jasa yang halal, berkualitas, serta bermanfaat bagi masyarakat. Produsen tidak diperkenankan melakukan praktik monopoli, penimbunan barang (ihtikar), manipulasi harga, maupun kecurangan dalam kualitas produk demi memperoleh keuntungan yang lebih besar. Keuntungan yang diperoleh harus berasal dari aktivitas usaha yang sah dan sesuai dengan prinsip syariah.

Bagi konsumen, nilai tauhid mengajarkan sikap konsumsi yang moderat (wasathiyah), tidak berlebihan (israf), dan tidak boros (tabdzir). Konsumen diharapkan membeli barang sesuai kebutuhan serta mempertimbangkan aspek halal dan kebermanfaatannya. Dengan demikian, pola konsumsi yang terbentuk akan mendukung stabilitas pasar dan mencegah terjadinya permintaan yang bersifat spekulatif.

Sementara itu, dalam aspek persaingan pasar, nilai tauhid melahirkan persaingan yang sehat dan beretika. Islam mendorong kompetisi dalam kebaikan dan produktivitas tanpa menjatuhkan pesaing melalui cara-cara yang tidak jujur. Persaingan yang sehat akan meningkatkan efisiensi, inovasi, dan kualitas produk sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Peran pemerintah juga sangat penting dalam mengintegrasikan nilai tauhid ke dalam struktur pasar. Pemerintah berkewajiban mengawasi jalannya pasar agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, mencegah praktik monopoli, penipuan, riba, serta berbagai bentuk ketidakadilan ekonomi. Fungsi pengawasan ini pada masa Islam klasik dikenal dengan institusi hisbah yang bertugas menjaga ketertiban dan keadilan pasar.

Lebih lanjut, integrasi nilai tauhid dalam struktur pasar berkontribusi pada terciptanya keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial. Pasar tidak hanya menjadi sarana pertukaran ekonomi, tetapi juga instrumen untuk mewujudkan maqashid syariah, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan demikian, pasar yang berlandaskan tauhid mampu menciptakan distribusi kekayaan yang lebih adil, mengurangi kesenjangan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, integrasi nilai-nilai tauhid dalam struktur pasar menjadikan aktivitas ekonomi tidak sekadar berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga mengandung dimensi spiritual dan sosial. Struktur pasar yang dibangun atas dasar tauhid akan mendorong terciptanya keadilan, transparansi, tanggung jawab, dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi, sehingga mampu mewujudkan sistem pasar yang lebih manusiawi dan berkelanjutan sesuai dengan tujuan syariat Islam.

Tema-tema utama yang muncul dari integrasi Tauhid dengan struktur pasar

Beberapa tema utama muncul secara konsisten dalam 33 artikel yang direview. Tema pertama adalah Tauhid sebagai fondasi filosofis dan ontologis pasar Islam. Banyak peneliti menegaskan bahwa Tauhid menjadi dasar utama yang mengubah pandangan terhadap pasar, dari sekadar mekanisme ekonomi menjadi sarana penghambaan dan amanah ilahiah (Asyrofi & Mawardi, 2025; Awara et al., 2026; Arif Budiman et al., 2025; Manajemen et al., 2026; Ramadhani et al., 2026).

Tauhid merupakan prinsip fundamental dalam Islam yang menegaskan keesaan Allah SWT sebagai Pencipta, Pemilik, dan Pengatur seluruh alam semesta. Dalam konteks ekonomi Islam, tauhid tidak hanya menjadi dasar keyakinan teologis, tetapi juga berfungsi

sebagai fondasi filosofis dan ontologis yang membentuk cara pandang terhadap aktivitas ekonomi, termasuk mekanisme pasar. Seluruh aktivitas ekonomi dipahami sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah SWT, sehingga tujuan dan proses ekonomi harus selaras dengan nilai-nilai syariah.

Secara filosofis, tauhid memberikan kerangka berpikir bahwa kegiatan ekonomi bukanlah aktivitas yang terpisah dari nilai-nilai agama. Pasar dalam Islam tidak dipandang sebagai institusi yang bebas nilai (value-free), melainkan sebagai ruang interaksi sosial yang harus mencerminkan prinsip keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab. Berbeda dengan paradigma ekonomi konvensional yang cenderung berorientasi pada maksimalisasi keuntungan dan kepentingan individu, paradigma tauhid menempatkan kesejahteraan kolektif (maslahah) dan keridaan Allah sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi. Dengan demikian, pasar berfungsi tidak hanya sebagai sarana pertukaran barang dan jasa, tetapi juga sebagai instrumen untuk mewujudkan kemakmuran yang berkeadilan.

Dari sisi ontologis, tauhid menegaskan bahwa seluruh sumber daya yang ada di bumi pada hakikatnya adalah milik Allah SWT, sementara manusia hanya bertindak sebagai khalifah (pengelola) yang diberi amanah untuk memanfaatkannya secara bertanggung jawab. Konsep ini melahirkan pandangan bahwa hak kepemilikan individu diakui dalam Islam, tetapi tidak bersifat absolut. Setiap bentuk kepemilikan mengandung dimensi sosial dan moral yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT dan masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan harta dan sumber daya ekonomi harus diarahkan untuk kemanfaatan bersama serta menghindari tindakan yang merugikan orang lain.

Tauhid juga membentuk perilaku pelaku pasar melalui kesadaran akan akuntabilitas spiritual. Produsen, konsumen, maupun pedagang menyadari bahwa setiap transaksi akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Kesadaran ini mendorong terciptanya perilaku ekonomi yang jujur, transparan, dan beretika. Praktik-praktik seperti penipuan, riba, gharar (ketidakjelasan), monopoli, dan ihtikar (penimbunan barang) dipandang sebagai pelanggaran tidak hanya terhadap norma ekonomi, tetapi juga terhadap prinsip tauhid karena merusak keadilan dan keseimbangan yang dikehendaki Allah SWT.

Selain itu, tauhid menjadi landasan bagi terciptanya keseimbangan antara kebebasan ekonomi dan tanggung jawab sosial. Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk berusaha, memiliki harta, dan memperoleh keuntungan. Namun, kebebasan tersebut dibatasi oleh nilai-nilai moral dan kepentingan masyarakat. Pasar yang berlandaskan tauhid tidak membenarkan eksploitasi, penyalahgunaan kekuatan pasar, maupun akumulasi kekayaan yang mengabaikan kesejahteraan sosial. Sebaliknya, pasar diarahkan untuk menciptakan distribusi kekayaan yang lebih adil melalui instrumen seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf.

Lebih jauh, tauhid menjadi dasar bagi pencapaian maqashid syariah dalam aktivitas pasar. Melalui mekanisme pasar yang adil dan etis, tujuan syariah seperti perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta dapat diwujudkan. Dengan demikian, pasar tidak hanya menghasilkan efisiensi ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan manusia dan kesejahteraan sosial yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, tauhid sebagai fondasi filosofis dan ontologis pasar Islam membentuk suatu sistem pasar yang mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, dan ekonomi secara harmonis. Tauhid memberikan arah, tujuan, serta batasan bagi aktivitas pasar sehingga kegiatan ekonomi tidak hanya menghasilkan keuntungan material, tetapi juga

menciptakan keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan bagi seluruh masyarakat. Dalam perspektif ini, pasar menjadi bagian dari sistem kehidupan Islam yang bertujuan mewujudkan kesejahteraan dunia dan akhirat (falah).

Tema kedua yang sangat dominan adalah keadilan (‘adl) dan anti-eksploitasi. Tauhid melahirkan penolakan tegas terhadap praktik monopoli, riba, gharar, ihtikar, dan persaingan tidak sehat (Mawadati et al., 2025; Lamroh Ukur Bako et al., 2025; Krisdayanti et al., 2025; Harahap et al., 2025; Syamsuri et al., 2024). Beberapa penelitian juga menekankan pentingnya mekanisme hisbah sebagai pengawas agar struktur pasar tetap selaras dengan nilai Tauhid (Harahap et al., 2025; Mawadati et al., 2025; Krisdayanti et al., 2025).

Keadilan (‘adl) merupakan salah satu nilai fundamental dalam ajaran Islam yang menjadi landasan utama dalam penyelenggaraan aktivitas ekonomi dan mekanisme pasar. Dalam perspektif ekonomi Islam, keadilan tidak hanya dimaknai sebagai perlakuan yang sama terhadap setiap individu, tetapi juga sebagai upaya menempatkan sesuatu pada tempatnya serta memberikan hak kepada setiap pihak secara proporsional. Oleh karena itu, pasar Islam dirancang untuk menciptakan hubungan ekonomi yang seimbang antara produsen, konsumen, pekerja, dan pemilik modal sehingga tidak ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi dalam proses ekonomi.

Konsep keadilan dalam pasar berakar pada prinsip tauhid yang menegaskan bahwa seluruh manusia memiliki kedudukan yang sama di hadapan Allah SWT. Perbedaan status sosial, kekayaan, maupun kekuatan ekonomi tidak boleh menjadi alasan untuk melakukan penindasan atau memperoleh keuntungan dengan cara yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, setiap transaksi ekonomi harus dilandasi oleh kerelaan (an taradhin minkum), keterbukaan informasi, dan penghormatan terhadap hak-hak semua pihak yang terlibat.

Salah satu implikasi penting dari prinsip keadilan adalah penolakan terhadap segala bentuk eksploitasi ekonomi. Eksploitasi terjadi ketika seseorang atau kelompok memanfaatkan posisi dominan yang dimilikinya untuk memperoleh keuntungan secara tidak wajar dengan mengorbankan pihak lain. Dalam Islam, praktik eksploitasi dianggap bertentangan dengan tujuan syariah karena dapat menciptakan ketimpangan, ketidakadilan, dan kerusakan sosial.

Dalam konteks pasar, eksploitasi dapat muncul dalam berbagai bentuk. Pertama, eksploitasi melalui praktik riba yang menyebabkan salah satu pihak memperoleh keuntungan tanpa menanggung risiko yang seimbang. Islam melarang riba karena dapat memperlebar kesenjangan ekonomi dan membebani pihak yang lemah secara finansial. Kedua, eksploitasi melalui monopoli dan penimbunan barang (ihtikar), yaitu tindakan menguasai pasokan barang tertentu untuk menciptakan kelangkaan dan menaikkan harga demi keuntungan pribadi. Praktik ini merugikan konsumen dan mengganggu mekanisme pasar yang adil.

Ketiga, eksploitasi dapat terjadi melalui penipuan, manipulasi kualitas barang, pengurangan timbangan, atau penyembunyian informasi penting dalam transaksi. Islam menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi karena informasi yang tidak seimbang dapat menyebabkan salah satu pihak mengambil keputusan ekonomi yang merugikan dirinya sendiri. Keempat, eksploitasi tenaga kerja juga menjadi perhatian dalam ekonomi Islam. Pekerja berhak memperoleh upah yang layak dan perlakuan yang manusiawi sesuai dengan kontribusi yang mereka berikan dalam proses produksi.

Prinsip anti-eksploitasi dalam Islam juga tercermin dalam larangan gharar (ketidakjelasan) dan maysir (spekulasi atau perjudian). Kedua praktik tersebut berpotensi menciptakan keuntungan sepihak yang tidak didasarkan pada aktivitas ekonomi produktif. Islam menghendaki agar keuntungan diperoleh melalui usaha yang nyata, kerja keras, inovasi, dan pengambilan risiko yang proporsional sehingga tercipta distribusi manfaat yang lebih adil di antara para pelaku ekonomi.

Selain itu, negara memiliki peran strategis dalam menjaga keadilan pasar dan mencegah eksploitasi. Pemerintah bertugas mengawasi mekanisme pasar, menegakkan regulasi persaingan usaha, melindungi konsumen, serta memastikan bahwa pelaku usaha tidak menyalahgunakan kekuatan ekonominya. Dalam sejarah Islam, fungsi ini dijalankan melalui lembaga hisbah yang bertanggung jawab mengawasi aktivitas perdagangan dan menjaga kepentingan publik.

Dari perspektif maqashid syariah, keadilan dan anti-eksploitasi merupakan instrumen penting untuk melindungi harta (hifz al-mal) serta menjaga kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Ketika pasar beroperasi secara adil dan bebas dari eksploitasi, distribusi sumber daya menjadi lebih merata, kesempatan ekonomi lebih terbuka, dan stabilitas sosial dapat terjaga. Sebaliknya, eksploitasi yang dibiarkan berkembang akan menghasilkan konsentrasi kekayaan, kemiskinan struktural, dan konflik sosial yang bertentangan dengan tujuan syariah.

Dengan demikian, keadilan (‘adl) dan anti-eksploitasi merupakan elemen utama dalam struktur pasar Islam yang membedakannya dari sistem ekonomi yang semata-mata berorientasi pada keuntungan. Kedua prinsip tersebut memastikan bahwa aktivitas pasar tidak hanya menghasilkan efisiensi ekonomi, tetapi juga menciptakan keseimbangan, kemaslahatan, dan kesejahteraan yang dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam kerangka ini, pasar berfungsi sebagai sarana untuk mewujudkan nilai-nilai kemanusiaan dan tujuan syariah secara berkelanjutan.

Tema ketiga adalah implementasi praktis nilai Tauhid di tingkat mikro. Studi-studi kasus di pasar tradisional menunjukkan bahwa pedagang yang menginternalisasi Tauhid menerapkan kejujuran, timbangan adil, harga wajar, dan kesadaran bahwa jual beli adalah bentuk ibadah (Trisnani & Khalil, 2025; Tamam & Lestari, 2025; Qolbi et al., 2023; Jelita et al., 2025; Basith, 2021). Tema ini membuktikan bahwa Tauhid dapat diwujudkan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Implementasi nilai tauhid di tingkat mikro mengacu pada penerapan prinsip keesaan Allah SWT dalam perilaku ekonomi individu, rumah tangga, konsumen, pedagang, pekerja, dan pelaku usaha. Dalam ekonomi Islam, tauhid tidak hanya menjadi konsep teologis, tetapi juga menjadi pedoman praktis yang mengarahkan setiap keputusan ekonomi agar selaras dengan syariat dan bertujuan memperoleh keridaan Allah SWT. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi sehari-hari dipandang sebagai bagian dari ibadah yang memiliki dimensi spiritual, moral, dan sosial.

Pada tingkat individu, implementasi tauhid tercermin dalam kesadaran bahwa harta, kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki merupakan amanah dari Allah SWT. Kesadaran ini mendorong seseorang untuk menggunakan hartanya secara bertanggung jawab, menghindari pemborosan (israf), dan tidak melakukan konsumsi yang berlebihan (tabdzir). Individu tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi dalam setiap

keputusan konsumsi, tetapi juga memperhatikan aspek halal, kebermanfaatan, dan dampak sosial dari barang atau jasa yang dikonsumsi.

Dalam konteks rumah tangga, nilai tauhid diwujudkan melalui pengelolaan keuangan yang berlandaskan prinsip keseimbangan dan tanggung jawab. Keluarga Muslim didorong untuk memenuhi kebutuhan primer terlebih dahulu, menghindari utang yang tidak produktif, serta mengalokasikan sebagian pendapatan untuk zakat, infak, dan sedekah. Pola pengelolaan keuangan seperti ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan keluarga, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dalam masyarakat.

Tema keempat adalah perbandingan dengan ekonomi konvensional dan solusi terhadap krisis moral. Berbagai literatur menyimpulkan bahwa integrasi Tauhid menjadi alternatif yang kuat untuk mengatasi individualisme, kesenjangan ekonomi, dan dekadensi moral yang diakibatkan oleh sistem pasar bebas nilai (Khairi et al., 2025; Noviani & Irfan, 2026; Ramadhani et al., 2025; Latifah Ali, 2025; Abid Nurhuda, 2026).

Perbedaan mendasar antara pasar Islam yang berlandaskan tauhid dan ekonomi konvensional terletak pada landasan filosofis, tujuan ekonomi, serta nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam aktivitas pasar. Ekonomi konvensional umumnya dibangun atas paradigma rasionalitas ekonomi yang menempatkan individu sebagai pelaku yang berupaya memaksimalkan utilitas dan keuntungan (utility and profit maximization). Dalam paradigma ini, pasar sering dipandang sebagai mekanisme yang relatif netral terhadap nilai-nilai moral dan agama, sehingga keberhasilan ekonomi lebih banyak diukur melalui indikator material seperti pertumbuhan ekonomi, pendapatan, dan efisiensi pasar.

Sebaliknya, ekonomi Islam menempatkan tauhid sebagai fondasi utama yang mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, dan ekonomi dalam satu kesatuan. Aktivitas ekonomi tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat) serta mewujudkan kemaslahatan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan ekonomi dalam Islam tidak hanya diukur dari aspek material, tetapi juga dari tingkat keadilan, pemerataan kesejahteraan, dan keberkahan yang dihasilkan.

Dari aspek kepemilikan, ekonomi konvensional cenderung menekankan hak kepemilikan individu yang luas, sedangkan ekonomi Islam mengakui kepemilikan pribadi namun memandang bahwa seluruh harta pada hakikatnya adalah milik Allah SWT dan manusia hanyalah pengelola (khalifah). Konsep ini melahirkan tanggung jawab sosial dalam penggunaan kekayaan dan mendorong distribusi sumber daya yang lebih adil.

Dalam mekanisme pasar, ekonomi konvensional umumnya memberikan kebebasan yang besar kepada pasar untuk menentukan harga dan alokasi sumber daya. Sementara itu, Islam mendukung mekanisme pasar yang bebas tetapi tetap berada dalam koridor etika dan syariah. Kebebasan pasar dibatasi oleh larangan riba, gharar, monopoli, penipuan, dan berbagai bentuk eksploitasi yang dapat merugikan masyarakat.

Tema kelima yang muncul adalah keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan tanggung jawab sosial. Tauhid mendorong struktur pasar yang kompetitif namun tetap beretika, sehingga tercipta keseimbangan antara pencarian keuntungan dengan kemaslahatan umat (Asyrofi & Mawardi, 2025; Mawadati et al., 2025; Syamsuri et al., 2022).

Salah satu karakteristik utama pasar dalam perspektif ekonomi Islam adalah kemampuannya untuk menyeimbangkan efisiensi ekonomi dengan tanggung jawab sosial.

Berbeda dengan pendekatan ekonomi yang hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan dan efisiensi produksi, ekonomi Islam memandang bahwa aktivitas ekonomi harus mampu menghasilkan kesejahteraan yang merata dan memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. Keseimbangan ini menjadi penting karena efisiensi tanpa tanggung jawab sosial berpotensi menimbulkan ketimpangan ekonomi, sedangkan tanggung jawab sosial tanpa efisiensi dapat menghambat produktivitas dan pertumbuhan ekonomi.

Dalam konteks efisiensi ekonomi, Islam mengakui pentingnya mekanisme pasar sebagai sarana alokasi sumber daya yang efektif. Sistem harga yang terbentuk melalui interaksi permintaan dan penawaran dipandang sebagai instrumen yang mampu mendorong produktivitas, inovasi, dan penggunaan sumber daya secara optimal. Islam juga mendorong individu untuk bekerja keras, meningkatkan keterampilan, serta mengembangkan usaha secara produktif. Oleh karena itu, pencarian keuntungan dalam aktivitas bisnis tidak dilarang selama dilakukan melalui cara-cara yang halal dan tidak merugikan pihak lain.

Namun, efisiensi ekonomi dalam Islam tidak bersifat absolut. Aktivitas ekonomi harus tetap berada dalam koridor nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Keuntungan tidak boleh diperoleh melalui eksploitasi tenaga kerja, monopoli pasar, manipulasi harga, penipuan, atau praktik riba. Dengan demikian, efisiensi yang dicapai harus merupakan efisiensi yang beretika (ethical efficiency), yaitu efisiensi yang tidak mengorbankan hak-hak individu maupun kepentingan masyarakat.

Tema keenam adalah peran pemerintah dan regulasi dalam mewujudkan struktur pasar berbasis Tauhid. Beberapa penelitian menyoroti pentingnya revitalisasi hisbah dan kebijakan pemerintah untuk mendukung penerapan nilai Tauhid di pasar (Helisia Krisdayanti et al., 2025; Mawadati et al., 2025; Strategi et al., 2025).

Dalam perspektif ekonomi Islam, pasar merupakan institusi ekonomi yang memiliki peran penting dalam mengalokasikan sumber daya dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, pasar tidak dibiarkan berjalan secara bebas tanpa batas, karena kebebasan yang tidak terkendali berpotensi menimbulkan ketidakadilan, monopoli, eksploitasi, dan berbagai bentuk penyimpangan ekonomi. Oleh karena itu, pemerintah memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa mekanisme pasar berjalan sesuai dengan nilai-nilai tauhid, keadilan (‘adl), dan kemaslahatan (maslahah). Kehadiran negara bukan untuk menghilangkan fungsi pasar, melainkan untuk menjaga agar pasar tetap beroperasi secara adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.

Dalam kerangka tauhid, pemerintah dipandang sebagai pemegang amanah yang bertanggung jawab menciptakan tatanan ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tugas ini didasarkan pada konsep kekhalifahan, di mana pengelolaan urusan publik harus diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan (mafsadah). Oleh karena itu, regulasi ekonomi yang dibuat pemerintah harus mencerminkan nilai-nilai moral dan etika Islam serta melindungi kepentingan masyarakat dari berbagai bentuk ketidakadilan pasar.

Salah satu peran utama pemerintah adalah menjaga terciptanya persaingan usaha yang sehat. Struktur pasar berbasis tauhid menolak praktik monopoli, oligopoli yang merugikan konsumen, kartel, dan penimbunan barang (ihtikar). Ketika kekuatan pasar terkonsentrasi pada segelintir pelaku usaha, harga dapat dimanipulasi dan akses masyarakat terhadap barang serta jasa menjadi terbatas. Dalam kondisi seperti ini, pemerintah

berkewajiban melakukan pengawasan dan intervensi untuk mengembalikan keseimbangan pasar serta melindungi kepentingan publik.

Implikasi dan rekomendasi arah penelitian mendatang

Integrasi nilai Tauhid dalam struktur pasar memiliki implikasi teoritis yang sangat signifikan. Hasil tinjauan literatur menegaskan bahwa Tauhid dapat menjadi paradigma alternatif yang holistik, mengatasi kelemahan ekonomi konvensional yang cenderung materialistik dan bebas nilai (Arif Budiman et al., 2025; Manajemen et al., 2026). Tauhid tidak hanya memperkuat fondasi filosofis ekonomi Islam, tetapi juga memberikan kerangka etis yang komprehensif dalam membentuk struktur pasar yang adil dan berkelanjutan (Khairi et al., 2025; Ramadhani et al., 2026; Tria Jelita et al., 2025).

Secara praktis, penerapan nilai Tauhid di pasar tradisional terbukti mampu meningkatkan etika bisnis, kepercayaan konsumen, dan kestabilan ekonomi keluarga (Ulufal Qolbi et al., 2023; Yudril Basith, 2021). Temuan ini menunjukkan bahwa internalisasi Tauhid oleh pedagang dapat menjadi solusi nyata dalam mengatasi praktik curang dan ketidakadilan di pasar.

Implikasi kebijakan juga sangat penting. Pemerintah dan regulator perlu memperkuat peran hisbah serta regulasi yang mendukung penerapan nilai Tauhid dalam struktur pasar (Helisia Krisdayanti et al., 2025; Mawadati et al., 2025; Syamsuri et al., 2024). Pendidikan ekonomi syariah berbasis Tauhid juga harus ditingkatkan agar pelaku usaha lebih memahami dan mengamalkan nilai-nilai tersebut (Awara et al., 2026; Tria Jelita et al., 2025).

Berdasarkan pemetaan literatur, beberapa rekomendasi arah penelitian mendatang dapat diajukan. Pertama, diperlukan studi empiris kuantitatif untuk mengukur pengaruh internalisasi Tauhid terhadap kinerja pasar, loyalitas konsumen, dan keberkahan usaha (Trisnani et al., 2025). Kedua, penelitian tentang integrasi Tauhid dalam pasar digital, e-commerce, dan platform ekonomi modern menjadi sangat relevan di era disrupsi teknologi (Mawadati et al., 2025; Ramadhani et al., 2026).

Ketiga, studi komparatif antara pasar tradisional dan pasar modern berbasis syariah perlu diperluas (Helisia Krisdayanti et al., 2025; Lamroh Ukur Bako et al., 2025). Keempat, penelitian mengenai efektivitas kebijakan pemerintah dan revitalisasi hisbah dalam mendukung struktur pasar berbasis Tauhid juga sangat dibutuhkan (Harahap et al., 2025; Strategi et al., 2025; Syamsuri et al., 2024).

KESIMPULAN

Pasar persaingan monopolistik adalah jenis pasar yang memiliki banyak produsen yang menawarkan produk yang mirip, tetapi ada perbedaan tertentu seperti merek, kualitas, kemasan, dan layanan. Kondisi ini membuat setiap perusahaan memiliki batasan dalam menetapkan harga dan mendorong mereka untuk bersaing dengan cara lain, seperti melakukan promosi dan mengembangkan produk baru. Dalam waktu dekat, perusahaan bisa mendapatkan keuntungan ekonomi karena konsumen setia pada produk yang mereka tawarkan. Namun, seiring berjalannya waktu, keuntungan itu akan menurun menjadi keuntungan biasa karena banyaknya pesaing baru yang masuk ke pasar.

Selain memberikan berbagai pilihan bagi konsumen dan mendorong inovasi, pasar persaingan monopolistik juga memiliki kekurangan, seperti persaingan yang sangat ketat, biaya promosi yang tinggi, dan kemungkinan terjadinya inefisiensi dalam produksi. Oleh karena itu, penting untuk memiliki pengawasan dan aturan yang baik agar persaingan bisnis tetap sehat dan tidak menimbulkan praktik monopoli atau persaingan yang merugikan masyarakat.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, pasar dengan persaingan monopolistik sebenarnya diperbolehkan selama kegiatan ekonomi dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, yaitu mengutamakan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan, serta menghindari penipuan, penimbunan, dan eksploitasi terhadap konsumen. Dengan cara ini, pasar persaingan monopolistik bisa menjadi alat yang membantu pertumbuhan ekonomi, sambil tetap menjaga keseimbang.

REFERENSI

Asyrofi, M. Z., & Mawardi, M. (2025). Filosofi Ekonomi Syariah: Membangun Sistem Ekonomi Berbasis Tauhid. *The Journal of Business and Management Research*, *8*(1), 63–68. https://doi.org/10.55098/tjbmr.v8i1.106

Awara, G. P., Ali, K. S., Nurfathan Pradana, M. F., & Nurhasanah, Y. I. (2026). Filsafat ilmu islam: implementasi nilai tauhid dalam aktivitas ekonomi islam. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, *4*(2). https://doi.org/10.71312/mrbest.v4i2.754

Harahap, M. A., Lestari, W., Adha, D., & Gunawan, M. R. (2025). *Menganalisis Mekanisme Pasar dalam Islam*.

Helisia Krisdayanti, Citra Pertiwi, Aziz Septiatin, & Citra Lestari. (2025). Rekonstruksi Konsep Keseimbangan Pasar dalam Perspektif Mikro Ekonomi Syariah (Helisia Krisdayanti, et al.). *Jejakdigital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. https://doi.org/10.63822/067da212

Keadilan Sosial Arif Budiman, D., Jurai Siwo Lampung, U., Wahyuli, N., & Sjech Djamil Djambek Bukittinggi, U. M. (2025). Tauhid Sebagai Epistemologi Ekonomi Islam: Antara Spiritualitas. In *Jurnal Pusat Studi Islam* (Vol. 1, Number 2).

Khairi, F., Ramadhan, G., Khairunisa, L., Agus Soleh Siregar, M., Afipah Lubis, N., Harahap, P., Murrohmah, S., Kusuma, T., Sumatera Utara, U., & Raudhatul Akmal, S. (2025). *Tauhid sebagai solusi krisis moral dalam ekonomi modern: kajian ekonomi islam*.

Lamroh Ukur Bako, Anjassyah Surya Pratama Purba, Syarifah fakhita, & Muhammad Arfan Harahap. (2025). Menelaah Struktur Pasar Dalam Islam (Persaingan Sempurna). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, *Volume 8 No 6, 2025*.

Manajemen, J., dan Bisnis, E., Noviani, T., Irfan, M., & Artikel Abstrak, I. (2026). *Rekonseptualisasi Nilai dan Etika dalam Sistem Ekonomi Islam* (Vol. 1, Number 1). https://ejournal.darulfaizin.or.id/index.php/manobiz

Mawadati, N. H., Islam, U., Sayyid, N., Rahmatullah, A., Siti, T., Ningsih, W., Amalia, T., Hidayati, N., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, F., Islam, B., & Tulungagung, A.

R. (2025). Struktur pasar dalam perspektif ekonomi islam dan implikasinya terhadap ekonomi modern : studi literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(6), 43–58. https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.4935

Mulyawan, A. W., Hafid, A., & Majid, J. (2025). *Konstruksi Filosofis dan Konseptual Sistem Keuangan Syariah: Menuju Tata Kelola Nilai dan Keberlanjutan di Indonesia Philosophical and Conceptual Construction of the Islamic Financial System: Towards Value-Based Governance and Sustainability in Indonesia* (Vol. 2, Number 4). https://litera-academica.com/ojs/dirasah/index

Nurhuda, A. (2026). Amanah, Bukan Kepemilikan: Dialektika Antara Etika Ilahiah Dan Struktur Sosial Dalam Fiqh Ekonomi Islam. In *International, Journal of Islamic Business Management* (Vol. 5, Number 1).

Ramadhani, A. H., Abdillah, N., Afianto, M. V., Yafi, M. A., Feril Ibadi, A., Attoillah, M. A., Kurniawan, T., & Surabaya, U. N. (2026). Integrasi Tafsir Al-Qur'an dan Hadits (Alvin Hidayat Ramadhani dkk. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES*, *3*(4), 207–217. https://doi.org/10.5281/zenodo.18708254

Redaksi, D., Terakhir, D., Online, D., Tamam, A. B., & Lestari, D. (2025). *Kontribusi Pedagang Perempuan terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Komunitas Agraris di Lamongan, Jawa Timur)*.

Rekonstruksi Konsep Keseimbangan Pasar dalam Perspektif Mikro Ekonomi Syariah (Helisia Krisdayanti, et al.). (n.d.). https://doi.org/10.63822/067da212

Strategi, L. A. ;, Dalam…, I., & Ali, L. (2025). *Strategi Islam Dalam Menanggulangi Pengangguran: Sebuah Analisis Komprehensif*. https://ummulquro.id/index.php/jii

Syamsuri, H., Wahab, A., & Dahham Sabbar, S. (2024). *Halaman | 71 Perspektif Sumber Hukum Sistem Ekonomi Islam : Membangun Kelembagaan Ekonomi Islam*. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen

Tria Jelita, A., Revalinda Ramadhani, C.-C., Marisya, D., Afsa, F., Rayyan Huwaiza, M., Septira, N., Alviyanuddin, Z., Sumatera Utara, U., & Raudhatul Akmal, S. (2025). *Implementasi Nilai Nilai Tauhid Dalam Etika Bisnis Islami*.

Trisnani, I., Khalil Magister, J., Syariah, K., Teknologi, I., Bisnis, D., & Dahlan Jakarta, A. (2025). Nilai nilai ekonomi syariah dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar desa malinau kota. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, *24*. https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359

Ulufal Qolbi, A., Awali, H., Stiawan, D., Sista Devy, H., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia* (Vol. 2, Number 1).

Yudril Basith. (2021). Nilai-nilai Tauhid dalam Mata Pelajaran Biologi (Telaah pada Mata Pelajaran Biologi). *Jurnal Qiroah*, *11*(1), 52–75. https://doi.org/10.33511/qiroah.v11n1.52-75