

DIRKUSRSUS FILSAFAT EKONOMI KONTEMPORER TENTANG BATAS MORAL PASAR

Urbanus Ura Weruin¹, Tony Sudirgo^{2*}

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: urbs.weruin@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*
Email: tonys@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 11-12-2023, revisi: 15-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-02-2024

ABSTRAK

Artikel hasil penelitian kepustakaan ini ingin memahami secara analitis, kritis, koheren, dan sistematis khas filsafati tentang batas moral pasar. Diskursus filsafat ekonomi kontemporer menunjukkan bahwa praktik ekonomi pada umumnya dan ekspansi pasar pada khususnya tak bisa dipisahkan dari nilai-nilai moral. Tidak hanya bahwa keutamaan-keutamaan moral seperti keadilan, kesejahteraan, dan kebaikan bersama dipenuhi berkat kerja pasar yang kompetitif, efisien, dan inovatif melainkan juga bahwa moralitas merupakan dasar bagi ekonomi dan pasar. Adam Smith menyebutkan bahwa dasar ontologis ekonomi dan ekspansi pasar ada pada *moral sense* yakni simpati. Jaime Palomera dan Vetta menegaskan bahwa praktik ekonomi terikat dengan nilai. Dengan menggunakan metode *content analysis*, artikel hasil penelitian kepustakaan ini menunjukkan bahwa praktik ekonomi dan pasar tertanam dalam relasi sosial (Sandel). Pasar tidak dapat sepenuhnya disalahkan karena ketidakadilan, kemiskinan, kemelaratan, eksploitasi, dan sebagainya karena regulasi dan praktik sosial lain di luar ekonomi dan pasar ikut menentukan kondisi sosial tersebut. Pasar tertanam dalam relasi sosial. Maka perlu memetakan argumen pro dan kontra tentang pasar (Sahin). Pemetaan tersebut memperlihatkan bahwa anggapan kaum moralis pasar bahwa pasar secara moral perlu dibatasi karena dampak buruk yang ditimbulkannya tidak sepenuhnya dapat diterima. Sebaliknya kaum liberal yang menekankan kebebasan individual, otonomi, dan pilihan personal sebagai nilai utama pasar juga perlu diperhitungkan. Maka pandangan Anderson dan Radin bahwa ada "barang-barang" yang dapat dipasarkan dan ada yang tidak dapat dipasarkan, dapat diterima. Kritik Satz tentang ciri pasar yang deterministik, malinformasi, ketidaksetaraan dan subordinatif tetap menjadi catatan tersendiri. Cara terbaik untuk menentukan batas moral pasar adalah memahami bahwa ada nilai-nilai tertentu yang dihidupi oleh bidang kehidupan tertentu dan ada nilai-nilai tertentu yang dihidupi secara kuat oleh bidang kehidupan lain. Pasar menghidupi nilai efisiensi, kebebasan, dan status. Sementara distribusi dan alokasi sumber daya mengutamakan nilai seperti kesetaraan dan kebutuhan.

Kata kunci: filsafat ekonomi, pasar, moralitas

ABSTRACT

This library research article aims to understand analytically, critically, coherently, and systematically typical of the philosophical the limits of market morality. Contemporary economic philosophical discourse show that economic practices in general and market expansion in particular cannot be separated from moral values. Not only that moral virtues such as justice, welfare and the common good are fulfilled by the competitive, efficient and innovative work of the market but also that morality is the basis for the economy and the market. Adam Smith said that the ontological basis of economics and market expansion lies in moral sense, namely sympathy. Jaime Palomera and Vetta assert that economic practice is tied to values. By using the content analysis method, the results of this library research show that economic and market practices are embedded in social relations (Sandel). The market cannot be completely blamed for injustice, inequality, poverty, exploitation, and so on because regulations and other social practices outside the economy and markets also determine these social conditions. The market is embedded in social relations. Then it is necessary to map out the pros and cons arguments about the market (Sahin). The mapping shows that the assumption of market moralists that the market morally needs to be limited because of the bad effects it causes is not fully acceptable. On the other hand, liberals who emphasize individual freedom, autonomy and personal choice as the main values of the market also need to be taken into account. So Anderson and Radin's view that there are "goods" that can be marketed and some that cannot be marketed, can be accepted. Satz's critique of the deterministic, malinformed, unequal and subordinate characteristics of the market remains a separate note. The best way to define market moral boundaries is to understand that there are certain values that are espoused by certain areas of life and

there are certain values that are espoused strongly by other areas of life. The market lives the values of efficiency, freedom and status. Meanwhile, the distribution and allocation of resources prioritize equality and needs values.

Keywords: *economic philosophy, market, morality*

1. PENDAHULUAN

Filsafat merupakan ilmu kritis, analitis, skeptis, argumentatif, koheren, dan sistematis tentang segala sesuatu dari sudut pandang yang paling dalam. Seluruh pengalaman dan pengetahuan manusia dapat dipahami dari perspektif filsafati. Ada filsafat tentang pengetahuan, filsafat tentang keindahan, filsafat tentang teknologi, filsafat tentang bahasa, filsafat tentang hukum, filsafat tentang politik, dan filsafat tentang ekonomi. Filsafat ekonomi, untuk sebagian, menyelidiki ide, gagasan, teori, atau pemikiran-pemikiran ekonomi secara kritis, skeptis, argumentatif, koheren dan sistematis. Perspektif ini tepat dan sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Joan Robinson, “*The purpose of studying economics is not to acquire a set of ready-made answers to economic questions, but to learn how to avoid being deceived by economists*” (Balak, 2006). Orientasi dan praktik ekonomi dapat dipahami secara filsafati. Pokok ini menarik ditengah banyak upaya untuk menghubungkan satu ilmu dengan ilmu lain termasuk filsafat dan ekonomi (Eropean University Association, 2021). Tidak hanya bahwa perspektif multidisiplin memperkaya pemahaman terhadap suatu persoalan melainkan juga bahwa insight-insight yang beragam membantu pengambilan keputusan secara tepat.

Salah satu pertanyaan kritis filsafati tentang ekonomi adalah apakah keuntungan sebagai tujuan utama ekonomi dibenarkan secara moral? Apakah semua hal dapat dipasarkan? Apakah pasar secara moral dapat dibatasi? Artikel hasil penelitian kepustakaan ini menjawab pertanyaan tersebut. Pertanyaan filosofis tentang hubungan antara pasar dan moralitas ini penting karena dalam kehidupan sehari-hari banyak orang beranggapan bahwa praktik ekonomi memiliki nilai dan kebiasaannya sendiri. Bisnis tidak memiliki tujuan lain selain mencari keuntungan. Bisnis adalah bisnis. Orientasi dan praktik bisnis harus dipisahkan dari nilai-nilai moral dan agama. Dalam bisnis seolah-olah berlaku prinsip, kejarlah keuntungan sebanyak-banyaknya dari setiap peluang dan kelemahan orang lain, bahkan dengan jalan apa pun. Tidak ada hubungan antara bisnis dan moralitas. Tetapi pertanyaannya apakah benar demikian?

Diskursus filsafati tentang moralitas ekonomi (pasar) sudah berlangsung sejak Adam Smith sampai hari ini. Dalam *The Theory of Moral Sentiments* (1759), *The Wealth of Nations* (1776), *Essays on Philosophical Subjects* (1795), dan *Lectures on Justice, Police, Revenue, and Arms* (1763) (diterbitkan pertama kali pada tahun 1896) Smith sudah menunjukkan hubungan antara ekonomi dan moralitas. Dalam karya-karya tersebut, Smith menunjukkan bahwa praktik ekonomi bertumpuh pada “*moral sense*” yakni “*sympathy*”. Bagi Smith, siasat dan praktik ekonomi lahir dari upaya memahami hasrat orang lain dengan mengkonstruksikan secara imajinatif pengalaman dan harapan orang lain (Priyono, 2017). Setiap orang cenderung secara alamiah memperhatikan kesejahteraan orang lain karena dengan begitu ia mendapatkan kesenangan dari kebahagiaan yang didapatkan orang lain. Pemikiran ini jelas menandakan bahwa moralitas merupakan fondasi bagi ekonomi (Heyne, 1995; Tylor, 2014).

Penelusuran yang dilakukan oleh Jaime Palomera dan Theodora Vetta dalam *Moral Economy: Rethinking a Radical Concept* (2016) menunjukkan bahwa hubungan antara moralitas dan ekonomi merupakan salah satu topik penting dalam pemikiran E. P. Thompson dan James Scott. Bagi Thompson, ekonomi muncul sebagai respon biologis alamiah terhadap kelaparan dan motivasi kolektif untuk mensiasati ekonomi politik kapitalis yang menguntungkan kaum borjuis. Sementara bagi Scott, moralitas ekonomi dan pasar bebas justru menjadi masalah karena hakikat eksploitatifnya terhadap masyarakat petani sebagai korbannya. Konsep Polanyi tentang ketertanaman (*embeddedness*) nilai dan praktik ekonomi dalam relasi sosial-budaya masyarakat

juga menandakan hubungan antara ekonomi dan moralitas (Palomera & Vetta, 2016). Palomera dan Vetta (2016) menyimpulkan bahwa “*All economies are moral economies*” (Palomera & Vetta, 2016). Tetapi di sini lain, Brennan dan Jaworski dalam karya terbaru mereka *Market Without Limits* (2016) justru menegaskan bahwa tidak ada hubungan antara moralitas dengan ekonomi pada umumnya atau pasar pada khususnya. Brennan dan Jaworski menegaskan bahwa kegiatan apa pun demi kebaikan dan dilakukan atas dasar kebebasan dapat diterima; termasuk demi uang. Perdebatan tentang ekonomi pasar dan moralitas tetap berlangsung sampai hari ini. Keneth Silver dalam *Market Within the Limits of Feasibility* (2021) mencoba mengambil jalan tengah. Menurut Silver (2021) mereka yang mendukung pasar yang bebas dari moralitas beranggapan bahwa pasar bekerja berdasarkan visibilitas sehingga tidak perlu dibatasi. Tetapi menurut Silver visibilitas pasar itu pun terbatas. Visibilitas pasar perlu dicermati dari perspektif moral juga.

Saat ini, persoalan hubungan antara ekonomi dan moralitas semakin menarik untuk diperbincangkan, setidaknya karena alasan-alasan berikut. *Pertama*, akumulasi regulasi dan kapital yang lepas dari *insight* moral telah menghasilkan ketimpangan struktural dalam akumulasi kapital dan kesejahteraan. *Kedua*, pendekatan *moral economy* mampu mengintegrasikan persoalan-persoalan ekonomi politik tradisional (relasi antara kapital, kelas, negara) ke dalam kerangka nilai-nilai moral, Ini penting karena akumulasi kapital dan kesejahteraan sekarang justru melenggang jauh dari cara-cara tertentu yang tercerabut dari akar dan nilai-nilai sosial. *Ketiga*, jangkauan analisis moral ekonomi cukup luas. Ia tidak sekadar menyasar persoalan ekonomi *per se* melainkan juga relasi kekuasaan, politik, budaya, nilai, tradisi, dan harapan-harapan berbagai kelompok yang menyertai produksi dan reproduksi ekonomi. Bahkan analisis moralitas ekonomi, terutama dari kaca mata filsafati, dapat menunjukkan logika ambiguitas dan nilai-nilai yang menghidupi praktik ekonomi.

Artikel ini tidak membahas hubungan antara moralitas dan ekonomi secara umum melainkan membatasi diri pada persoalan substansi pasar, komodifikasi, dan batas moralnya sebagai bagian dari praktik ekonomi. Pertanyaan pokok yang ingin dijawab melalui analisis deskriptif eksplanatoris ini adalah apakah ekstensi pasar secara moral harus dibatasi? Manakah batas moral pasar? Apa dasar ontologis pembatasan tersebut? Pertanyaan-pertanyaan ini akan dijawab dengan menggunakan analisis filsafati ekonomi kontemporer. Filsuf-filsuf politik, ekonom, dan kritikus sosial kontemporer yang pemikirannya banyak menggeluti tema ini adalah Anderson, Radin, Sandel, Satz, dan Walzer. Artikel ini akan menunjukkan pemikiran filsuf-filsuf tersebut tentang batas moral pasar.

2. METODE PENELITIAN

Artikel hasil penelitian kepustakaan ini menggunakan metode *content analysis* (Titcher, et.all., 2009). Pertama-tama kegiatan ini dimulai dengan mengumpulkan literatur dari buku, jurnal, dan artikel yang berisikan pemikiran-pemikiran filsuf ekonomi kontemporer seperti Anderson, Radin, Sandel, Satz, Walzer, dan sebagainya. Hasil bacaan terhadap pemikiran tokoh-tokoh tersebut kemudian dianalisis, dievaluasi, dikomparasi, dan disintesis sehingga menghasilkan deskripsi yang lengkap tentang batas moral pasar. Ross (2011) menyebut metode ini sebagai metode analisis dan justifikasi konseptual. Sementara Josh (2016) menyebut metode penelitian ini sebagai ‘*higher-order*’ reading.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertanyaan sentral yang ingin dijawab penelitian ini adalah apakah pasar secara moral dapat dibatasi? Lebih khusus lagi apa yang seharusnya dapat dan tidak dapat dijual di pasar? Apakah semua hal dapat diperjualbelikan di pasar? Atau apakah ada barang-barang dan jasa-jasa tertentu yang tidak seharusnya dialokasikan di pasar?

Menurut Wempe dan Frooman (2018), secara sederhana, pemikiran tentang batas moral pasar dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni *business ethicists* dan pemikir politik egalitarian-liberal. Etikawan bisnis yang dapat dijuluki sebagai '*market moralists*' semuanya berpegang pada argumen bahwa pasar merupakan wadah yang tepat untuk mengalokasikan barang dan jasa tertentu tetapi tidak bisa dilakukan untuk barang dan jasa yang lain (Tylor, 2014). Di satu sisi, para pendukung pasar berpendapat bahwa pasar bebas merupakan cara terbaik bagi masyarakat untuk mengalokasikan barang-barang yang langka. Alasannya, 1) karena pentingnya kebebasan personal dan fakta bahwa melibatkan orang secara bebas dalam jual-beli menunjukkan kepedulian terhadap kebebasan mereka; dan 2) pentingnya kesejahteraan umum dan pemahaman bahwa ketika dua orang secara bebas mengikat kontrak, orang melakukannya atas dasar keyakinan bahwa kedua belah pihak memperoleh hal yang sama.

Di sisi lain adalah kaum moralitas pasar (*market moralists*). Pemikir kelompok ini tidak menerima pasar sebagai sarana untuk memecahkan semua problem alokasi dan koordinasi dalam masyarakat. Dua alasan pokok kaum moralis pasar adalah: 1) banyak pilihan pasar (*market choice*) tidak senyatanya bebas, misalnya mereka melakukan karena ketimpangan struktural dan akan berakibat pada distribusi barang dan jasa yang tidak adil; dan 2) barang-barang dan praktik-praktik sosial tertentu akan terkorupsi atau terdegradasi jika dijual atau dibeli di pasar. Hati, ginjal, darah, dan sebagainya apakah secara moral dapat diperjualbelikan di pasar (Sandel, 2012).

Menurut Wempe dan Frooman (2018) diskursus atau debat tentang batas moral pasar terlalu banyak di-*frame* dalam kerangka dikotomi antara pasar dan non pasar. Di samping itu para pemikir ini pun cenderung membedakan secara tidak memadai antara nilai-nilai semacam kebebasan (*freedom*), kesamaan (*equality*), dan efisiensi (*efficiency*) dan metode alokasi seperti pasar (*market*), *queue* (pesanan), dan distribusi (*rationing*). Maka perlu dibedakan antara *social domains*; nilai-nilai, dan metode alokasi agar bisa memahami struktur persoalan secara lebih memadai.

Artikel ini memfokuskan diri pada wacana kaum moralis pasar (*market moralist*) yang meskipun memiliki perspektif yang beragam, umumnya berpendapat bahwa batas moral tertentu perlu diberikan bagi penggunaan mekanisme pasar (Tylor, 2014). Para pemikir dari lingkungan filsafat sosial-politik dan ekonomi seperti Anderson (1993), Grant (2012), Sandel (2012), Satz (2010), Stein (2001), and Walzer (1983) memiliki sumbangan besar untuk memahami batas moral pasar. Pemikiran Anderson, Sandel, dan Satz dianggap identik dengan perjuangan menetapkan batas-batas moral pasar (Wempe & Frooman, 2018). Maka artikel ini mengeksplorasi secara konseptual pemikiran tokoh-tokoh moralis pasar tersebut guna menemukan insight tentang batas moral pasar. Pertama-tama perlu dipetakan terlebih dahulu tesis dasar para pengkritik dan para pendukung batas moral pasar. Hakan Sahin dalam *Market and Morality* (2016) memetakan perdebatan antara para pembela dan para pengkritik moralitas pasar. Para pengkritik pasar berpendapat bahwa pasar bekerja tidak hanya berdasarkan mekanisme "*unethic*" melainkan juga menghasilkan ketimpangan, ketidaksetaraan, dan kemiskinan. Sementara kaum pembela moralitas pasar, di samping mengakui beberapa kelemahan pasar, berpendapat bahwa pasar justru mempromosikan efisiensi, moralitas, dan produktivitas. Bahkan pasar bebas menegaskan kebebasan memilih dan hak milik pribadi. Dua hal yang menjadi fondasi perkembangan ekonomi modern (Sahin, 2016).

Kritik terhadap moralitas pasar dan sanggahan sebagaimana dikemukakan oleh Sahin (2016), dapat dirumuskan dalam beberapa tesis berikut:

No.	Penolakan para Pengkritik Pasar	Sanggahan Para Pendukung Pasar
1.	Pasar mempromosikan <i>immoral behavior</i> . Kita membutuhkan sistem ekonomi yang mempromosikan dan memproteksi nilai-nilai moral.	Pasar mempromosikan perilaku moral para pelaku ekonomi. Model perilaku moral yang berkembang dalam ekonomi pada akhirnya bergantung pada moralitas masing-masing orang dan masyarakat secara keseluruhan yang merasuk masuk dalam ekonomi. Pasar tidak mempromosikan perilaku yang tidak

	bermoral. Justru pasar menginjeksi nilai moral semacam saling percaya, kerja sama, konsensus, pilihan bebas, jujur, integritas, reliabilitas, dan sebagainya.
2. Pasar memprovokasi <i>self-interest</i> . <i>Self-interest</i> buruk bagi masyarakat. Kita membutuhkan sistem yang mempromosikan kemurahan hati (<i>mercy</i>) dan kebaikan bagi sesama (<i>philanthropy</i>).	<i>Self-interest</i> merupakan sentimen hasrat alamiah yang memungkinkan manusia <i>survive</i> . Agar bisa saling membantu dan mengupayakan kebaikan bersama, orang pertama-tama mesti hidup dan memiliki <i>self-interest</i> untuk hal-hal yang <i>reasonable</i> . Bagi Adam Smith misalnya, kepentingan diri merupakan dasar bagi produksi, konsumsi, dan wirausahawan.
3. Pasar selalu kompetitif. Kompetisi mempromosikan ketamakan dan mengarah kepada korupsi. Kita membutuhkan sistem yang memungkinkan kompetisi yang <i>reasonable</i> tetapi juga mempromosikan <i>sharing</i> .	Kompetisi yang melahirkan keinginan menjadi superior dari yang lain merupakan esensi perkembangan sosial, ekonomi, ilmiah, dan moral. Kompetisi menstimulasi inovasi, kreativitas, pilihan bebas, menekan biaya, meningkatkan produksi, kualitas, keuntungan, kekayaan, kesejahteraan, dan kepedulian terhadap sesama.
4. Pasar rentan menjadi monopolistik. Menderegulasi pasar cenderung memunculkan perusahaan-perusahaan besar yang cenderung memonopoli pasar dan mengeksploitasi orang.	Pasar yang bebas dan regulasi pasar oleh pemerintah justru menghindari monopoli atas barang dan jasa demi kepentingan publik dan bukan perusahaan-perusahaan monopolistik.
5. Harga pasar sering tidak <i>fair</i> . Kita membutuhkan aturan-aturan untuk membatasi harga barang-barang konsumsi pokok agar dapat diakses oleh orang-orang miskin.	Harga yang <i>fair</i> termasuk dalam persoalan keadilan. Keadilan bukan suatu situasi melainkan prosedur; yakni aturan yang adil untuk menjamin transaksi atas dasar konsensus bersama dan bukan atas dasar paksaan, melibatkan pertimbangan <i>supply</i> dan <i>demand</i> . Intervensi pasar sama dengan memanipulasi pasar.
6. Pasar mempertajam ketimpangan dalam masyarakat. Ia membuat yang kaya tambah kaya dan yang miskin tambah miskin. Kita membutuhkan sistem yang menurunkan ketimpangan, menghapus gap antara yang kaya dan yang miskin.	Pasar justru menghasilkan kekayaan dan kesejahteraan bagi setiap orang melalui kompetisi dan jual-beli secara bebas. Masyarakat miskin justru semakin terbantu oleh mekanisme efisiensi pasar: harga barang murah dan menguntungkan semua orang jika dibandingkan dengan tidak adanya pasar. Mungkinkah ekonomi berjalan tanpa pasar?

Diskursus tentang Batas Moral Pasar

Diskursus filsafat ekonomi kontemporer tentang batas moral pasar dapat ditelusuri dalam dua dekade terakhir dalam pemikiran tokoh-tokoh berikut. Secara moral, pembatasan terhadap pasar ditentukan oleh nilai yang melekat pada jenis barang, bidang kehidupan, dan cara mendistribusikannya. Michael Walzer (1983) beranggapan bahwa semua 'barang' harus dianggap sebagai barang sosial dan kriteria pendistribusian barang-barang tersebut harus diturunkan dari makna sosialnya. Walzer juga membedakan 11 "bidang" kehidupan untuk menentukan pada bidang mana marketisasi dapat atau tidak dapat diterapkan, seperti ekonomi, politik, keamanan, kesejahteraan, agama, dan sebagainya. Menurut Walzer, setiap bidang memiliki standar keadilannya sendiri. Jabatan publik/politik; tujuan hukuman untuk mengutuk tindakan tertentu; menghalangi orang lain atau mereformasi pelaku/peradilan pidana; atau rahmat Ilahi misalnya, pada dasarnya tidak boleh dijual (Walzer, 1983). Meskipun anggapan ini dianggap terlalu *ad hoc* (misalnya, Anderson, 1995; Radin, 1996; Satz, 2012), tetapi anggapan bahwa setiap bidang kehidupan dan setiap masyarakat yang berbeda memiliki kriteria moralitasnya sendiri-sendiri perlu diperhitungkan. Tetapi Walzer tidak menguraikan secara rinci cara mendistribusikan barang-barang tersebut.

Anderson dan Radin, berusaha memperbaiki gagasan konvensional ini tentang apa yang dimaksud dengan keadilan di berbagai bidang masyarakat. Karya Anderson (1995) justru menolak bahwa penilaian tentang baik-buruknya barang ada pada sisi individual dan instrumentalnya karena 'barang' seperti 'cinta, kehormatan, kasih sayang, dan kekaguman' bersifat relasional dan melekat pada perilaku itu sendiri. Maka perlu melacak perbedaan dalam cara kita menilai barang tertentu

dengan tepat, agar dapat menentukan barang mana yang secara moral (baik) dapat dipertukarkan sebagai komoditas pasar. Anderson menyimpulkan bahwa isu-isu atau kebijakan-kebijakan seperti orang tua pengganti, privatisasi layanan publik, dan perlindungan lingkungan tidak boleh dipandang sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan, melainkan sebagai objek kepedulian atau penghormatan. Dari contoh khusus ini Anderson menggeneralisasi ke luar dengan mengidentifikasi lima karakteristik hubungan pasar. Barang dapat didistribusikan melalui pasar jika barang tersebut impersonal, egoistik, eksklusif, berkaitan dengan keinginan, dan berorientasi pada 'keluar' daripada 'disimpan' (Anderson, 1995; 2008).

Radin (1996) berusaha mengembangkan kriteria apakah pasar dapat dikembangkan berdasarkan *respect* atau kepedulian Kantian terhadap individu. Menurut Radin, ada beberapa barang yang 'konstitutif' melekat erat atau identik pada orang itu sendiri; hal yang penting bagi kepribadian dan perkembangan individu. Barang-barang seperti seksualitas dan reproduksi perempuan misalnya, tidak seharusnya atau tidak dapat dijual atau didistribusikan melalui pasar dalam praktik prostitusi dan orang tua bayaran, misalnya. Karena praktik komodifikasi semacam ini membahayakan kehidupan dan kepribadian mereka. Tetapi Radin masih membolehkan 'komodifikasi parsial' yang tampak pada kasus pekerja anak petani yang membantu orang tua mereka di ladang. Radin kelihatan gagal untuk menunjukkan bagaimana cara barang-barang tertentu yang tidak dialokasikan, atau yang dapat dialokasikan, serta cara mengalokasikannya.

Pemikir yang paling berkontribusi dalam membangun teori aktual tentang batas moral pasar adalah Debra Satz (2012). Satz menunjukkan empat parameter dasar untuk menilai pasar. Menurut Satz, pasar 'berbahaya; dan secara moral buruk jika: *Pertama*, deterministik. Pasar akan sangat rentan jika 'beberapa orang sangat miskin atau putus asa sehingga terpaksa menerima ketentuan pertukaran apa pun yang ditawarkan' (Satz, 2012). *Kedua*, informasi pasar yang tidak lengkap. Pasar memiliki agen yang lemah karena pertukaran informasi yang tidak lengkap dan tidak menguntungkan sehingga dapat mencegah mereka untuk mencari keuntungan mereka sendiri. *Ketiga*, memiskinkan dan memarginalisasi. Pasar membuahkan hasil berbahaya bagi individu ketika mereka justru 'melarat' karena kepentingan mereka dirusak oleh pasar. *Keempat*, merusak kesetaraan dan subordinatif. Pasar dapat merusak kesetaraan atau bahkan mendukung hubungan subordinatif dan diskriminatif. Dalam kasus transplantasi ginjal yang melibatkan pasar gelap yang muncul di negara-negara miskin misalnya. Di negara-negara seperti itu, posisi orang-orang yang sangat miskin sangat rentan karena tingkat pendidikan yang tidak memadai, informasi yang tidak seimbang, dan penjualan ginjal membahayakan kesehatan mereka sendiri karena kurangnya perhatian medis pasca operasi; menguntungkan agen yang kaya raya sementara mereka tetap miskin. Jelas bahwa 'pasar ginjal' gagal memenuhi empat kriteria di atas sehingga secara moral, perlu dihapus. Pertanyaan yang dapat diajukan kepada Satz adalah jika secara moral 'pasar ginjal' tidak dapat dilakukan, bagaimana distribusi yang secara moral diterima jika orang kemudian membutuhkan ginjal untuk hidup? Satz tidak menjawab persoalan ini.

Kontribusi terbaru dalam perdebatan tentang batas moral pasar adalah Michael Sandel (2012). Sandel menunjukkan dua keberatan utama dari perspektif moralis pasar. *Pertama*, bahwa alokasi melalui pasar dapat menyebabkan ketidakadilan. *Kedua*, komodifikasi pasar, dalam beberapa kasus, akan merusak barang yang mereka alokasikan. Di samping itu, Sandel juga membuat tiga klaim deskriptif sehubungan dengan perluasan pasar dengan mengorbankan area lain. *Pertama*, Sandel berpendapat bahwa infiltrasi mekanisme pasar berlangsung secara bertahap sehingga orang tidak menyadari bahwa infiltrasi semacam itu berbahaya. *Kedua*, Sandel menyayangkan tidak adanya diskusi dan perdebatan publik yang memadai tentang batas moral pasar sehingga komodifikasi melenggang membabitkan sambil menghapus norma-norma dan nilai-nilai konvensional. Maka Sandel menyerukan debat publik yang mendalam tentang batas moral pasar. *Ketiga*, Sandel menegaskan bahwa pasar mengesampingkan mekanisme non-pasar. Namun, dia tidak memberikan penjelasan lebih lanjut bagaimana hal ini terjadi. Tetapi Sandel tidak menyusun

kriteria operasional yang dapat membantu membedakan antara penggunaan pasar yang tepat dan tidak tepat.

Oleh karena itu, kekuatan argumen dalam karya Sandel terletak pada deskripsi persoalan daripada solusi masalah. Tetapi banyak contoh yang berwarna-warni, meskipun eklektik dan tidak membantu dalam membimbing pembacanya menuju solusi, telah memicu kembali perdebatan. Ia telah berhasil meyakinkan banyak orang bahwa debat publik yang dia serukan, yakni usaha mempertanyakan kesesuaian pasar dalam distribusi barang dan jasa, memang merupakan sumbangan positif dan sangat diperlukan.

Dalam upaya menjawab pertanyaan ‘barang apa yang cocok untuk distribusi melalui pasar dan mana yang tidak cocok’ dan pertanyaan tentang ‘metode alternatif yang diperlukan untuk mendistribusikan barang dan jasa’, Wempe dan Frooman (2018) memperkenalkan konsep tentang *domain* dan *values*. Konsep yang diperkenalkan oleh Walzer, dikembangkan oleh Anderson, dan kemudian diuraikan juga oleh Sandel ini, mendeskripsikan bahwa pasar hanyalah salah satu bidang (*domain*) dalam ekonomi dimana nilai kepentingan-diri dan keuntungan finansial merupakan nilai inti. Di luar bidang ini, terdapat nilai-nilai moral utama lain yang juga perlu dihidupkan. Domain, nilai, dan metode pendistribusiannya, merupakan hal yang saling berhubungan. Maka perhatian utama dalam debat tentang batas moral pasar bukan pada dikotomi antara pasar dan non-pasar melainkan melihat secara menyeluruh hubungan antara domain, nilai, dan metode pendistribusiannya. Wempe dan Frooman (2018) menjelaskan perspektif mereka melalui tabel berikut:

Tabel 1
Keberagaman Bidang Menurut Beberapa Pemikir

Domain	Weber	Spranger	Walzer	Anderson
1. Aesthetic	Aesthetic	Aesthetic		Art
2. Economic	Economic	Economic	Money & commodities	Market
3. Education & science	Intellectual	Theoretical	Education	Science
4. Environment				Environment
5. Health			Security and welfare	Surrogacy motherhood
6. Leisure			Free time	Clubs
7. Politics	Political	Political	Political power	State
8. Professions			Office, work	Professions
9. Relationships	Erotic	Social	Kinship & love	Associations, family, friendship
10. Spiritual	Moral and religious	Religion	Divine grace	Religion

Sumber: Wempe dan Frooman (2018), hlm. 6.

Tabel 2
Nilai-Nilai Sosial dan Metode Alokasi

	Metode Alokasi				
	Attributional Assesment	Free market	Lottery	Queue	Rationing
Values					
Efficiency		4			
Equality			4	4	4
Freedom		4			
Merit	4				
Need	4				4
Status	4	4			

Sumber: Wempe dan Frooman (2018), hlm. 7.

Kedua tabel di atas memperlihatkan bahwa ada banyak bidang yang mengandung nilai-nilai tersendiri (tabel 1). Nilai-nilai tersebut dialokasikan menurut metode-metode atau cara-cara yang berbeda. Pasar bebas misalnya mengalokasikan barang berdasarkan nilai efisiensi, kebebasan, dan status. Selanjutnya nilai kesamaan tampak pada praktik lotre, pertimbangan, dan pesanan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman analitis, kritis, koheren, dan sistematis khas filsafati terhadap batas moral pasar menunjukkan bahwa praktik ekonomi pada umumnya dan ekspansi pasar tak bisa dipisahkan dari nilai-nilai moral. Tidak hanya bahwa keutamaan-keutamaan moral seperti keadilan, kesejahteraan, dan kebaikan bersama tidak hanya dipenuhi berkat kerja pasar yang kompetitif, efisien, dan inovatif melainkan juga bahwa moralitas merupakan dasar bagi ekonomi. Adam Smith menyebutkan bahwa dasar ontologis ekonomi dan ekspansi pasar ada pada *moral sense* yakni simpati. Jaime Palomera dan Vetta menegaskan bahwa praktik ekonomi terikat dengan nilai. Sandel menunjukkan bahwa praktik ekonomi dan pasar tertanam dalam relasi sosial. Pasar tidak dapat sepenuhnya disalahkan karena ketidakadilan, kemiskinan, kemelaratan, eksploitasi, dan sebagainya karena regulasi dan praktik sosial lain di luar ekonomi dan pasar ikut menentukan kondisi sosial. Pasar tertanam dalam relasi sosial. Maka perlu memetakan argumen pro dan kontra tentang pasar dan moralitas. Pemetaan tersebut memperlihatkan bahwa anggapan kaum moralis pasar bahwa pasar secara moral perlu dibatasi karena dampak buruk yang ditimbulkannya tidak sepenuhnya dapat diterima. Sebaliknya kaum liberal yang menekankan kebebasan individual, otonomi, dan pilihan personal sebagai nilai utama pasar juga tidak bisa dianggap sepih. Pandangan Anderson dan Radin bahwa bahwa ada “barang-barang” yang dapat dipasarkan dan ada yang tidak dapat dipasarkan, dapat diterima. Kritik Satz tentang ciri pasar yang deterministik, malinformasi, ketidaksetaraan dan subordinatif tetap menjadi catatan tersendiri. Cara terbaik untuk menentukan batas moral pasar adalah memahami bahwa ada nilai-nilai tertentu yang dihidupi oleh bidang kehidupan tertentu dan ada nilai-nilai tertentu yang dihidupi secara kuat oleh bidang kehidupan lain. Pasar menghidupi nilai efisiensi, kebebasan, dan status. Sementara distribusi dan alokasi sumber daya mengutamakan kebutuhan, kesetaraan, dan kebutuhan.

Berdasarkan penelitian kepustakaan tentang diskursus filsafat ekonomi kontemporer tentang batas moral pasar ini, saya menyarankan agar dilakukan penelitian empiris kuantitatif tentang perspektif masyarakat digital tentang eksistensi dan ekspansi pasar ketika pasar digital lebih mengedepankan kebebasan dan keyakinan pada prinsip “*everything for sale*” dari pada persoalan moral pasar. Tentu saja persoalan ini sangat menarik.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kami ucapkan kepada Ketua LPPM Universitas Tarumanagara, Bapak Jap Tji Beng Ph.D. atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian dengan tema ini pada dua semester yang lalu. Semoga ke depan tema-tema penelitian yang membahas filsafat ekonomi semakin berkembang.

REFERENSI

- Anderson, E. (2010). *Value in Ethics and Economics*, Harvard: Harvard University Press.
- Anderson, E. (2008). The Ethical Limitations of the Market, *Economics and Philosophy*, Vol. 6. Is. 2, diakses online dari <https://www.cambridge.org/core/journals/economics-and-philosophy/article/abs/ethical-limitations-of-the-market/FEED3D36FDA0EA58C2865A3F9CD35835>
- Balak, B. (2006). McCloskey's rhetoric: Discourse ethics in economics, *INEM Advances in Economic Methodology*, Routledge, London, diakses online dari <https://doi.org/10.4324/9780203715116>

- Brennan, J. & Jaworski, P.M. (2016). *Markets without Limits: Moral Virtues and Commercial Interests*, NY: Routledge.
- Heyne, P. (1995). "Lesson 5 - What Are The Moral Limits of Market?", *Teaching the Ethical Foundations of Economics*, National Council on Economic Education, New York. https://facultystaff.richmond.edu/~jwright/ncee/Chapters%20PDFs/e05_market_limits.pdf
- Josh, D. (2016). "What is Philosophical Methodology?", *The Oxford Handbook of Philosophical Methodology*, Oxford: Oxford University Press, diakses 30 Maret 2021 online edisi 2018 dari www.oxfordhandbooks.com.
- Palomera, J. & Vetta, T. (2016), Moral Economy: Rethinking a Radical Concept, *Anthropological Theory*, Vol. 16(4): 413-432 https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/134969/1/2016_Moral_Economy_Rethinking_a_Radical_Concept_postpr.pdf
- Priyono, B.H. (2017). Homo Economicus. *Melintas*, No. 33. Vol. 2. 103-129. Diakses dari <https://journal.unpar.ac.id/index.php/melintas/article/download/2957/2530/6972>
- Radin, M. J. (1996). *Contested commodities: The trouble with trade in sex, children, body parts, and other things*. Cambridge: Harvard University Press
- Ross, G. M. (2011). "Philosophical Research Method in Education. Manchester: Subject Centre for Philosophical and Religious Studies of the Higher Education Academy". Diakses online dari www.philosophy.leeds.ac.uk
- Sahin, H. (2016). "Market and Morality", diakses online dari https://www.academia.edu/30721723/Market_and_Morality
- Sandel, M. J. (2012). *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, Harvard: Harvard University Press.
- Satz, D. (2012). *Why Some Things Should not be for Sale*, Oxford: Oxford University Press.
- Sheffield, E. (2004). Beyond Abstraction: Philosophy as a Practical Qualitative Research Method. *The Qualitative Report*, 9(4), 760-769, diakses dari <https://nsuworks.nova.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1912&context=tqr>
- Silver, K. (2021). "Market Within the Limits of Feasibility". Diakses dari <https://philarchive.org/rec/SILMWT-2>
- Smith, A. (1759) *Theory of Moral Sentiments (2 ed.)*. London, Strand & Edinburgh: A. Millar; A. Kincaid & J. Bell, diakses via google books
- Smith, A. (2005 [1776]). *The Wealth of Nations*. Pennsylvania State University, The Electronic Classics Series.
- Titcher, T. et.al. (2009). *Methods of Text and Discourse Analysis*, di-Indonesiakan: Metode Analisis Teks & Wacana, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Taylor, T. (2014). Economics and Morality. *Finance & Development*, Vol. 51 (2), 34-48. diakses online dari <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2014/06/pdf/taylor.pdf>
- Walzer, M. (1983). *Spheres of justice: A defense of pluralism and equality*. New York: Basic Books.
- Wempe, Ben dan Frooman, J. (2018). "Reframing the Moral Limits of Markets Debate: Social Domains, Values, Allocations Methods", *Journal of Business Ethics*, No 153 (1), 1-15, diakses online dari <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3349-9>
- Murphy, Michael-Eropean University Association, (2021). "Universities without walls A vision for 2030", diakses dari <https://eua.eu/downloads/publications/universities%20without%20walls%20%20a%20vision%20for%202030.pdf>