

Teori Permintaan dan Penawaran dalam Islam *Theory of Demand and Supply in Islam*

A. M. Nur Atma Amir

Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, Makassar, Indonesia

Email: nuratmaamir.s3@uin-alauddin.ac.id

Article Info

Received : 20 June 2025
Revised : 26 June 2025
Accepted : 29 June 2025
Published : 30 June 2025

Keywords: Demand, Supply, Islamic Economy

Kata kunci: Permintaan, Penawaran, Ekonomi Islam

Abstract

In studying economics at a micro level, the discussion is based on individual behavior as economic actors whose role is to determine price levels in the market mechanism process. The market mechanism itself is an interaction that occurs between demand from the consumer side and supply from the producer side. This research tries to study, understand and understand the meaning, factors and laws of supply and demand in Islamic and conventional economics. Apart from that, this research also examines the conceptual differences between Islamic and conventional economics regarding the theory of demand and supply. This research uses qualitative research with a collection method called library research which collects various references that are relevant to the topic of discussion being studied. From the results of this research it can be concluded that demand and supply are two concepts that underlie a very broad range of economic activities. Demand and supply are also the two words most frequently used by economists, both of which are the forces that make a market economy work. Furthermore, the Islamic Economics concept of demand and supply has some similarities with conventional economics, but there are limitations for individuals to behave in accordance with sharia rules. Lastly, Islamic Economics also includes zakat activities which influence supply in economic activities. Islamic economics also provides a solution to balance in price formation.

Abstrak

Dalam mengkaji ekonomi secara mikro, pembahasan didasarkan atas perilaku individu sebagai pelaku ekonomi yang berperan menentukan tingkat harga dalam proses mekanisme pasar. Mekanisme pasar itu sendiri adalah interaksi yang terjadi antara permintaan dari sisi konsumen dan penawaran dari sisi produsen. Penelitian ini mencoba mengkaji, memahami, serta mengetahui pengertian, faktor, dan hukum permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam dan konvensional. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji perbedaan konsep antara ekonomi Islam dan konvensional mengenai teori permintaan dan penawaran. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan yang disebut library research yang mengumpulkan berbagai referensi yang relevan dengan topik pembahasan yang sedang dikaji. Dari hasil penelitian ini

dapat disimpulkan bahwa Permintaan dan penawaran adalah dua konsep yang mendasari kegiatan perekonomian yang sangat luas. Permintaan dan penawaran juga merupakan dua kata yang paling sering digunakan oleh para ekonom, keduanya merupakan kekuatan-kekuatan yang membuat perekonomian pasar bekerja. Selanjutnya, konsep Ekonomi Islam mengenai permintaan dan penawaran memiliki beberapa dengan ekonomi konvensional, namun terdapat batasan-batasan individu untuk berperilaku sesuai dengan aturan syariah. Terakhir, Ekonomi Islam juga memasukkan kegiatan zakat yang mempengaruhi penawaran dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi Islam juga memberikan solusi keseimbangan dalam pembentukan harga.

How to cite: A. M. Nur Atma Amir, "Teori Permintaan dan Penawaran dalam Islam", *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, Vol. 2, No. 2 (2025): 119-128. <https://litera-academica.com/ojs/tijarah/index>

Copyright: ©2025, A. M. Nur Atma Amir



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Dalam mengkaji ekonomi secara mikro, pembahasan didasarkan atas perilaku individu sebagai pelaku ekonomi yang berperan menentukan tingkat harga dalam proses mekanisme pasar. Mekanisme pasar itu sendiri adalah interaksi yang terjadi antara permintaan (*demand*) dari sisi konsumen dan penawaran (*supply*) dari sisi produsen. Hal tersebut berarti harga yang diciptakan merupakan penggabungan antara kedua belah pihak tersebut sehingga perilaku permintaan dan penawaran merupakan salah satu konsep dasar dalam kegiatan perekonomian.

Permintaan dan penawaran merupakan dua kata yang paling sering digunakan para pakar dan akademisi ekonomi, keduanya merupakan kekuatan yang menjadikan perekonomian pasar bekerja. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan atau peristiwa akan mempengaruhi perekonomian, terlebih dahulu harus dipikirkan tentang pengaruh keduanya terhadap permintaan dan penawaran.¹

Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh para ahli, ekonomi Islam hadir menjawab persoalan-persoalan perilaku individu yang dalam ilmu ekonomi konvensional hanya berfokus pada persoalan pemenuhan kebutuhan yang tidak jarang lebih mengedepankan pada kepuasan masing-masing, dengan lebih mempertimbangkan faktor norma serta moral yang terangkum dalam tatanan syariah yang bersumber pada al-Quran, hadis serta ijmak dan kias.

Dasar dari pengembangan ilmu ekonomi mikro tidak akan terlepas dari permasalahan penentuan tingkat harga yang diderivasikan dari proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan teori penawaran yang dapat berjalan dengan baik. Sehingga kita pun harus mengakui bahwa analisis ekonomi manapun tidak akan terlepas dari kedua dasar tersebut. Artinya, teori permintaan dan teori penawaran adalah dasar pembentukan ilmu ekonomi yang sangat luas.²

¹ N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 39.

² Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2020), h.

Pandangan ekonomi Islam terhadap permintaan dan penawaran memiliki kemiripan dengan apa yang telah dijelaskan ekonomi konvensional, namun demikian terdapat batasan-batasan dari hukum Islam untuk berperilaku yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh agama. Tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa teori permintaan dan penawaran Islam dan konvensional merupakan konsep yang sama, secara teori dan hukum keduanya memiliki beberapa kemiripan, tetapi apabila kita mengkaji lebih mendalam akan terlihat perbedaan antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional dalam memaparkan teori penawaran dan permintaan.³

Untuk dapat mengetahui perbedaan antara kedua teori tersebut, dalam artikel ini akan dijelaskan secara terperinci pemaparan mengenai bagian-bagian yang akan menjadi pembeda antara kedua teori tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Definisi dari penelitian kualitatif itu sendiri adalah penelitian yang berguna untuk melakukan penyelidikan, penemuan, menggambarkan dan menjelaskan atas fenomena sosial.⁴ Pemahaman tersebut tidak diperoleh secara instan, namun diperoleh melalui analisis kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Setelah analisis tersebut selesai, pemahaman umum tentang kenyataan tersebut dapat diperoleh. Penelitian ini lebih menekankan pada pemberian makna, penalaran dan berusaha menjelaskan sesuatu hal dalam konteks tertentu.

Metode kepustakaan (*library research*) adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan menggunakan berbagai literatur yang relevan. Informasi kepustakaan yang dimaksud seperti Al-Qur'an, hadis, buku, jurnal ilmiah, kitab karangan ulama dan sebagainya.⁵

2. PEMBAHASAN

A. Teori Permintaan dan Penawaran

1) Teori dan Hukum Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga dengan periode waktu tertentu. Permintaan juga dapat diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang diminta (mampu dibeli) individu dalam waktu tertentu dengan berbagai tingkat.⁶ Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu untuk dibeli dengan berbagai tingkat harga dan pada periode waktu tertentu.

Permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok. *Pertama* permintaan menurut daya beli, berdasarkan daya beli permintaan dibagi menjadi tiga macam yaitu permintaan efektif artinya permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa disertai dengan kemampuan untuk membayarnya. Permintaan

³ An'im Fattach, 'Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam', *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2.3 (2017), h. 452.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. XIX (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 7.

⁵ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Surabaya: Jagad Media, 2021), h. 33.

⁶ Ahman Eeng and Yana Rohmana, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2009), h. 89.

potensial artinya permintaan masyarakat akan suatu barang atau jasa memiliki kemampuan untuk membeli tetapi belum melaksanakan pembelian barang tersebut. Permintaan absolut artinya permintaan konsumen akan suatu barang dan jasa tidak disertai dengan daya beli. Kedua permintaan menurut jumlah subjek pendukungnya. Permintaan ini terdiri dari permintaan individu yaitu permintaan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan permintaan kolektif atau permintaan pasar yaitu permintaan kumpulan dari permintaan individu atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar.⁷

Hukum permintaan pada hakikatnya suatu hipotesis yang menyatakan makin harga rendah suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Begitupun sebaliknya makin tinggi harga barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat akan suatu barang atau jasa adalah sebagai berikut :

Harga barang itu sendiri, harga barang akan mempengaruhi kuantitas permintaan barang tersebut, dimana ketertarikan antara permintaan terhadap suatu barang dan harga telah dijabarkan dalam hukum permintaan.

Pendapatan, pendapatan masyarakat akan mencerminkan daya beli masyarakat, tinggi dan rendahnya pendapatan masyarakat akan berpengaruh kualitan dan kuantitas permintaan. Jika permintaan terhadap sebuah barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut dinamakan barang normal (*normal goods*). Bila pendapatan seseorang meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang.⁸

Jumlah tanggungan. Faktor ini akan mempengaruhi jumlah permintaan artinya semakin banyak jumlah tanggungan maka jumlah permintaan akan semakin meningkat.

Selera Masyarakat. Selera masyarakat juga mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Misalnya masyarakat yang suka makan makanan pedas pasti akan membutuhkan cabai untuk memenuhi seleraanya. Meskipun harga suatu barang diturunkan akan tetapi konsumen tidak memiliki selera terhadap barang tersebut maka tidak akan terjadi permintaan. Apabila konsumen memiliki selera terhadap suatu barang meskipun harga naik akan tetap terjadi permintaan.

Harga komoditi lain, artinya dua barang yang memiliki hubungan saling menggantikan sehingga jika barang yang dimaksud mengalami kenaikan maka jumlah yang diminta akan barang pengganti justru akan meningkat. Pengaruh substitusi (*substitution effect*), jika harga suatu barang naik maka orang akan mencari barang lain yang fungsinya sama, tetapi harganya lebih murah.

Fungsi permintaan merupakan turunan dari perilaku konsumen yang berusaha untuk mencapai kepuasan maksimum, dengan jalan melakukan kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa yang mampu dibeli dengan kendala pendapatannya terbatas.⁹

⁷ Yopi Nisa Febianti, 'Permintaan Dalam Ekonomi Mikro', *Jurnal Edunomic*, 2.1 (2014), h. 17.

⁸ Kusumosuwihdo, *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), p. h. 54.

⁹ Febianti, h. 19.

2) Teori dan Hukum Penawaran

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu.¹⁰ Penawaran juga dapat diartikan sebagai kuantitas yang akan barang-barang yang ditawarkan dipasar pada berbagai tingkat harga.

Hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang hendak ditawarkan para penjual. Hukum ini menyatakan keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya apabila harganya tinggi dan bagaimana keinginan untuk menawarkan barangnya apabila harganya rendah.¹¹ Adapun faktor yang mempengaruhi berapa jumlah barang adalah sebagai berikut:¹²

Harga barang, harga barang menjadi salah satu faktor utama akan besar kecilnya penawaran. Semakin tinggi harga barang, maka semakin tinggi pula penawaran yang dilakukan oleh konsumen.

Jumlah penjual atau produsen, apabila produsen suatu barang tertentu tinggi, maka jumlah penawaran terhadap barang tersebut akan tetap tinggi. Contohnya, jika suatu daerah merupakan menjadi sentra penghasil dompet kulit maka penawaran dompet kulit di daerah tersebut akan tinggi.

Bencana alam, apabila terjadi bencana alam pada suatu daerah penghasil produk maka bisa dipastikan bahwa jumlah produksi barang tersebut akan menurun dan mempengaruhi tingkat penawarannya.

Harga barang pengganti. Apabila harga suatu barang meningkat maka penawaran maka penawaran terhadap barang pengganti akan mengalami peningkatan karena penjual menawarkan barang pengganti sebagai alternatif barang utama yang mengalami kenaikan.

Biaya produksi, biaya produksi berkaitan dengan biaya yang digunakan dalam proses produksi suatu barang, misalnya pembelian bahan baku, gaji pegawai, biaya untuk bahan penolong dan sebagainya. Apabila biaya produksi tinggi, maka harga barang yang diproduksi akan tinggi sehingga mengakibatkan produsen akan menawarkan barang produksinya lebih sedikit.

B. Teori Permintaan dan Penawaran Islam

1) Teori Permintaan Islam

Permintaan secara islami banyak diartikan dan dijelaskan oleh para ilmunan-ilmuan muslim diantaranya menurut Ibnu Taimiyah yaitu keinginan hasrat terhadap

¹⁰ N Nurrohman, N., & Nurhaeti, 'Pemikiran Ekonomi Mikro Islam Dalam Lintasan Sejarah', *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1.1 (2016), h. 139. <<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/aksy/article/view/5558%D>>.

¹¹ Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 25.

¹² N Nurrohman, N., & Nurhaeti, 'Pemikiran Ekonomi Mikro Islam Dalam Lintasan Sejarah', *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1.1 (2016), h. 141. <<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/aksy/article/view/5558%D>>.

sesuatu barang atau jasa yang sesuai dengan norma agama islam dan halal serta *tayyib*.¹³

Konsep permintaan dalam islam menilai suatu komoditi (barang & jasa) tidak semuanya dapat dikonsumsi maupun digunakan. Oleh karena itu dalam teori permintaan islami ditekankan pembahasan permintaan barang halal, seperti yang diterangkan pada Q.S. al-Maidah ayat 87-88:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ¹⁴

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ¹⁵

Terjemahnya:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Menurut Ibnu Taimiyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu yang digambarkan dengan istilah *ragbah fī al-syai* yang diartikan sebagai jumlah barang yang diminta. Secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada batasan-batasan tertentu yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya. Aturan Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh pada kesehatan muslim tersebut.¹⁶

Selain itu, dalam ajaran Islam orang yang mempunyai banyak uang tidak diperbolehkan membelanjakan uangnya semau hatinya. Batasan anggaran belum cukup untuk membatasi konsumsi. Batasan lain yang perlu diperhatikan adalah seorang muslim tidak boleh berlebihan (*isrāf*), dan harus mengutamakan kebaikan (*maṣlahah*). Islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, kemubaziran. Bahkan Islam memerintahkan untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infaq, dan sedekah.¹⁷

Adapun faktor yang mempengaruhi permintaan dalam islam sebagaimana yang diutarakan oleh Ibnu Taimiyah dalam kitab *majmū' fatāwā* adalah sebagai berikut:¹⁸

Keinginan dan selera masyarakat terhadap suatu barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Hal tersebut berarti ketika masyarakat telah memiliki selera

¹³ Nine Haryanti, 'Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional', *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 1.2 (2019), h. 221.

¹⁴ Kementerian Agama RI, *Terjemah Tafsir Per Kata* (Bandung: Sygma Creative Media Corp, 2010), h. 122.

¹⁵ RI, h. 122.

¹⁶ Edwin Nasution Mustofa, *Pengenalan Eksklusi Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), h. 85.

¹⁷ Mustofa, h. 86.

¹⁸ Fattach, h. 455.

terhadap suatu barang maka hal itu akan mempengaruhi jumlah permintaan barang tersebut.

Jumlah para peminat terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan barang tersebut semakin banyak, maka harga barang tersebut akan semakin meningkat.

Kualitas pembeli (*al-mu'awwid*). Tingkat pendapatan merupakan salah satu yang menggambarkan ciri kualitas pembeli yang baik. Semakin besar pendapatan semakin tinggi kualitas masyarakat untuk membeli.

Lemah atau kuatnya kebutuhan suatu barang. Hal ini berarti jika kebutuhan suatu barang tinggi maka permintaan akan barang tersebut itu tinggi.

Cara pembayaran (tunai atau angsuran). Jika pembelian barang tersebut dengan transaksi tunai, biasanya permintaannya lebih tinggi.

Besarnya biaya transaksi. Apabila biaya transaksi dari suatu barang rendah maka permintaan akan meningkat.

Definisi dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan, antara permintaan konvensional dan islam mempunyai kesamaan. Hal ini disebabkan karena keduanya merupakan hasil dari kenyataan di lapangan (empiris) dari tiap-tiap unit ekonomi. Namun terdapat perbedaan yang mendasar diantara keduanya, diantaranya:

Perbedaan utama antara kedua teori tersebut adalah sumber hukum dan adanya batasan syariah dalam teori permintaan islami. Permintaan islam berprinsip pada entitas utamanya yaitu islam sebagai pedoman hidup yang langsung dibimbing oleh Allah Swt. Permintaan islam secara jelas mengakui bahwa sumber ilmu tidak hanya berasal dari pengalaman berupa data-data yang kemudian mengkristal menjadi teori-teori, tetapi juga berasal dari firman-firman Tuhan (*revelation*), yang menggambarkan bahwa ekonomi islam didominasi oleh variable keyakinan religi dalam mekanisme sistemnya.

Perbedaan selanjutnya adalah teori permintaan islam membahas permintaan barang halal, barang haram, dan hubungan antara keduanya. Sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama sehingga bisa dikonsumsi atau digunakan.

Perbedaan ketiga adalah dalam motif permintaan islam menekankan pada tingkat kebutuhan konsumen terhadap barang tersebut sedangkan motif permintaan konvensional lebih didominasi oleh nilai-nilai kepuasan (*interest*). Konvensional menilai bahwa egoisme merupakan nilai yang konsisten dalam mempengaruhi seluruh aktivitas manusia.

Perbedaan terakhir yaitu permintaan dalam islam bertujuan mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan akhirat (*falāh*) sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan yang abadi setelah kematian yaitu kehidupan akhirat, sehingga anggaran yang ada harus disisihkan sebagai bekal untuk kehidupan akhirat.

2) Teori Penawaran Islam

Berbicara mengenai teori penawaran dalam islam, alangkah baiknya sejenak kita kembali kepada sejarah penciptaan manusia. Allah menciptakan bumi dan manusia tidak secara bersamaan. Hal tersebut dikarenakan Allah menginginkan

manusia menjadi pemimpin dan pengelola (*khalifah*) di muka bumi ini. Manusia diperintahkan agar mengelola dan memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi sebaik mungkin. Allah juga memberikan larangan yg harus dipatuhi oleh manusia. Salah satu larangan tersebut adalah larangan untuk berbuat kerusakan di muka bumi. Larangan ini tersebar di banyak tempat dalam Al-Quran dan hal tersebut menunjukkan betapa bencinya Allah pada orang yang membuat kerusakan di muka bumi ini, salah satunya terdapat dalam QS. al-Qaṣaṣ ayat 77:

وَأَتَّبِعْ فِيمَا أَمَرَكَ اللَّهُ أَلَّا تَكُونَ مِنَ الْخَاسِرِينَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ
الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ¹⁹

Terjemahnya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Meskipun pada dasarnya mengartikan kerusakan sangat luas maknanya, terhubung ada kaitannya dengan produksi dan berekonomi, maka larangan akan kerusakan itu bertujuan untuk memberi arahan terhadap nilai dan panduan moral terhadap manusia itu sendiri. Sebagai contoh maksud dari kerusakan adalah larangan produksi yang dapat mengakibatkan kerusakan alam dan lingkungan, larangan produksi yang dapat membuat rusaknya kesehatan, moral dan kepribadian.²⁰

Secara umum tidak terdapat banyak perbedaan antara teori penawaran konvensional dan islami selama hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Adapun beberapa aspek penting yang menjadi perbedaan dalam perspektif ini berasal dari landasan filosofi dan moralitas yang didasarkan akan nilai-nilai islam.²¹

Pertama adalah islam memandang manusia secara umum, sebagai konsumen atau produsen, sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai. Nilai-nilai yang didorong oleh islam dalam kegiatan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi (*zuhud*) dan ekonomis (*iqtishad*). Segala jenis produk dan jasa harus tunduk kepada norma ini. Hal-hal yang diharamkan atas manusia sebenarnya merupakan barang dan transaksi yang berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya.

Kedua adalah rasionalitas. Asumsi ini merupakan turunan dari asumsi pertama. Ekonomi konvensional beranggapan bahwa manusia adalah ‘*economic man*’ yang selalu berusaha memenuhi keinginannya dengan cara apapun, maka asumsi rasionalitas berperan sebagai ruh yang mengilhami seluruh usaha dalam rangka memenuhi keinginannya tersebut. Selama manusia menguras tenaga dan

¹⁹ RI, h. 394.

²⁰ Muawanah, ‘Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam’, *Al-‘Adalah: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 2.2 (2017), h. 123.

²¹ Abdul Hafid, ‘Konsep Penawaran dalam Perspektif Islam’, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1.2 (2015), h. 207.

pikirannya untuk memenuhi keinginannya dengan cara apapun, ia adalah makhluk rasional. Ketika produsen berusaha memaksimalkan keuntungan, dengan mengabaikan tanggung jawab sosial, ia adalah makhluk rasional dan tidak perlu dikhawatirkan. Begitu juga dengan konsumen yang ingin memaksimalkan nilai guna (*utility*) ketika membeli suatu produk, maka ia berjalan pada jalur rasionalitas dan hal itu secara ekonomi adalah baik.

3) Pengaruh Zakat Terhadap Penawaran

Zakat adalah salah satu rukun islam ketiga yang ada pada ajaran agama islam. Zakat sendiri mempunyai definisi menurut istilah adalah harta tertentu yang wajib dikeluarkan dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya. Pengaruh zakat dalam penawaran dapat dilihat dari dua sisi pengamatan diantaranya

Zakat yang dikenakan kepada hasil produksi adalah zakat perniagaan. Pengenaan zakat perniagaan memberikan pengaruh yang berbeda dibandingkan dengan pengenaan pajak penjualan. Zakat perniagaan dalam konsep islam dikenakan apabila dua hal terpenuhi. Dua hal tersebut adalah *niṣāb* (batas minimal harta yang menjadi objek zakat, yaitu setara 96 gram emas) dan *haul* (batas minimal waktu harta tersebut dimiliki yaitu satu tahun). Apabila *niṣāb* dan *haul* telah terpenuhi, maka wajiblah dikeluarkan zakatnya sebesar 2,5%.

Dengan adanya zakat perniagaan itu sendiri dapat membuat perilaku untuk memaksimalkan zakat. Artinya, jika seorang produsen memaksimalkan keuntungannya, pada saat yang bersamaan ia akan memaksimalkan besarnya zakat yang dibayarkan.²²

4) Pembentukan Harga Keseimbangan dalam Islam

Dikenal juga dalam kegiatan ekonomi istilah keseimbangan atau *ekuilibrium*. Keseimbangan atau *ekuilibrium* adalah kondisi jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran. Jumlah barang pada keadaan ini disebut kuantitas keseimbangan, sedangkan tingkat harga yang membentuk keadaan keseimbangan disebut harga keseimbangan.²³

Bahwa keseimbangan permintaan dan penawaran menghasilkan harga keseimbangan yang lebih tinggi dan kuantitas keseimbangan yang lebih rendah. Dengan memasukan biaya polusi akan berdampak terhadap jumlah barang yang dipertukarkan di pasar menjadi lebih rendah. Hal tersebut berarti perusahaan memproduksi lebih sedikit barang dan dengan demikian lebih sedikit pula polusi yang akan dihasilkan dari perusahaan tersebut.

3. KESIMPULAN

Permintaan dan penawaran adalah dua konsep yang mendasari kegiatan perekonomian yang sangat luas. Permintaan dan penawaran juga merupakan dua

²² Muawanah, h. 124.

²³ Sukirno Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 75.

kata yang paling sering digunakan oleh para ekonom, keduanya merupakan kekuatan-kekuatan yang membuat perekonomian pasar bekerja.

Konsep Ekonomi Islam mengenai permintaan dan penawaran memiliki beberapa dengan ekonomi konvensional, namun terdapat batasan-batasan individu untuk berperilaku sesuai dengan aturan syariah. Dalam ekonomi Islam, norma dan moral Islami merupakan prinsip dasar Islam dalam melakukan kegiatan ekonomi, sehingga teori ekonomi yang terjadi menjadi berbeda dengan teori pada ekonomi konvensional.

Ekonomi Islam juga memasukkan kegiatan zakat yang merupakan rukun Islam. Zakat mempengaruhi dalam proses penawaran dalam kegiatan ekonomi. Tidak hanya itu saja, akan tetapi dalam proses penetapan harga dalam ekonomi Islam juga harus ada keseimbangan atau *equilibrium* dalam pembentukan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Fattach, An'im, 'Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam', *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2.3 (2017)
- Febianti, Yopi Nisa, 'Permintaan Dalam Ekonomi Mikro', *Jurnal Edunomic*, 2.1 (2014)
- Hafid, Abdul, 'Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.2 (2015)
- Haryanti, Nine, 'Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional', *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1.2 (2019)
- Karim, Adiwarmar Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2020)
- Kusumosuwihdo, *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000)
- Mankiw, N. Gregory, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Erlangga, 2004)
- Muawanah, 'Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam', *Al-'Adalah: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 2.2 (2017)
- Mustofa, Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusi Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007)
- Nurrohman, N., & Nurhaeti, N, 'Pemikiran Ekonomi Mikro Islam Dalam Lintasan Sejarah', *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1.1 (2016)
<<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/aksy/article/view/5558%0D>>
- RI, Kementerian Agama, *Terjemah Tafsir Per Kata* (Bandung: Sygma Creative Media Corp, 2010)
- Rohmana, Ahman Eeng and Yana, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2009)
- Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Surabaya: Jagad Media, 2021)
- Sadono, Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. XIX (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013).