

BAB III

PERMINTAAN, PENAWARAN, DAN KESEIMBANGAN PASAR

A. Permintaan Dalam Islam

a. Definisi Permintaan Dalam Islam

Permintaan (*demand*) dalam perspektif ekonomi Islam pada dasarnya memuat pengertian teknis ekonomi mikro yang serupa dengan definisi pada ekonomi konvensional yaitu jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu (*ceteris paribus*) namun diberi bingkai normatif yang berbeda: pilihan konsumsi harus sesuai dengan prinsip syariah (halal dan *thayyib*), menghindari israf (pemborosan), gharar (ketidakjelasan) dan barang-barang yang dilarang. Dengan kata lain, konsep kuantitatif permintaan dipadukan dengan kualifikasi kualitas moral-spiritual atas barang/jasa yang diminta oleh konsumen Muslim.¹

Secara historis, ulama klasik memberikan pengertian permintaan yang menekankan unsur "keinginan" atau "hasrat" (*raghbah*) terhadap suatu barang; definisi semacam ini kemudian dijembatani ke kerangka fungsional modern (kurva permintaan) oleh para penulis ekonomi Islam kontemporer: prinsip dasar hukum permintaan (harga naik → kuantitas diminta turun, dan sebaliknya) tetap berlaku, namun perilaku permintaan juga dibatasi oleh norma syariah yang menentukan kelayakan barang yang diminta. Sebagai contoh, Ibn Taimiyah dan beberapa rujukan klasik memaknai permintaan sebagai hasrat (*raghbah*) terhadap sesuatu, yang

¹ Muhammad Zaki, *Buku Ajar Ekonomi Syariah* (Deli Serdang Sumatera Utara: Az-Zahra Media Society, 2024). h 170

kemudian dalam kajian modern dikaitkan dengan preferensi yang dipengaruhi nilai agama.²

Determinasi permintaan dalam ekonomi Islam meliputi Variabel-variabel mikro ekonomi umum harga barang itu sendiri, harga barang substitusi dan komplementer, pendapatan konsumen, selera/preferences, ekspektasi masa depan tetapi juga memasukkan determinan non ekonomi seperti kepatuhan syariah, persepsi kehalalan dan kebaikan produk (*halal-thayyib*), dan faktor etika/spiritual yang dapat menggeser atau menekan permintaan untuk barang tertentu (mis. menurunkan permintaan untuk barang yang legal tapi dianggap tidak *thayyib*). Oleh karena itu fungsi permintaan islami seringkali dimodelkan sama secara bentuk dengan fungsi permintaan konvensional, tetapi domain barang yang layak beserta preferensi parameter dapat berbeda.³

Dampak normatif dari kerangka ini terlihat di beberapa aspek: pertama, filtrasi produk (hanya produk halal / *thayyib* yang dapat sepenuhnya dihitung sebagai "permintaan yang sah" bagi konsumen Muslim yang taat); kedua, pembatasan konsumsi berlebih (larangan israf) yang dapat mengubah elastisitas permintaan jangka pendek dan jangka panjang; ketiga, pertimbangan etis seperti keadilan harga, transparansi penjual, dan pemeliharaan kesejahteraan sosial yang mempengaruhi perilaku pembelian dan ekspektasi pasar. Konsekuensinya, kebijakan publik dan pemasaran di negara/kawasan berpenduduk mayoritas Muslim

² Nur Atma Amir, 'Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam Theory of Demand and Supply in Islam', (Makassar Tijarah ,Jurnal ekonomi, manajemen, dan bisnis syariah)2.2 (2025), h 122.

³ Muhammad Zaki., h 178

perlu menggabungkan dimensi-dimensi ini ketika menganalisis permintaan.

Secara metodologis, kajian modern terhadap permintaan dalam ekonomi Islam cenderung menggunakan pendekatan kualitatif (kajian literatur & tafsir teks), serta kuantitatif (analisis permintaan pasar halal, indeks kehalalan, dan pengaruh nilai spiritual terhadap preferensi). Studi empiris juga mulai mengukur bagaimana nilai-nilai religius menggeser parameter fungsi permintaan (mis perubahan intercept atau elastisitas pendapatan) pada segmen konsumen Muslim.⁴

Hasil kajian menunjukkan:

1. prinsip-prinsip mikro permintaan tetap relevan,
2. nilai syariah memodifikasi domain barang yang diminta dan preferensi,
3. pasar halal mencatat pertumbuhan permintaan yang signifikan sehingga menjadi perhatian riset kebijakan ekonomi.

b. Hukum Permintaan

Hukum permintaan menyatakan hubungan terbalik antara harga suatu barang dan jumlah barang yang diminta: semakin tinggi harga, semakin sedikit jumlah yang diminta; sebaliknya, semakin rendah harga, semakin banyak jumlah yang diminta, dengan syarat faktor-faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Penjelasan ini merupakan hipotesis dasar dalam analisis permintaan

⁴ Nikmatul Masrurroh and others, 'Halal Lifestyle as A New Lifestyle in Modern Era : Demand Function Theory of Marshall and Ibn Taimiyah Al Furqon Dono Hariyanto', 12.2 (2021), h 220.

konsumen dan muncul sebagai bahasan pokok pada bab hubungan harga-permintaan dalam buku-buku pengantar mikro ekonomi.⁵

Analisis hukum permintaan biasanya memakai asumsi *ceteris paribus* - yakni: pendapatan konsumen, selera, harga barang lain (*substitusi/komplementer*), ekspektasi, dan jumlah pembeli diasumsikan tetap. Dalam praktik empiris, perubahan pada determinan bukan-harga itulah yang menyebabkan pergeseran kurva permintaan, sedangkan perubahan harga barang itu sendiri menyebabkan pergerakan sepanjang kurva. Konsep perbedaan antara pergerakan (*movement*) dan pergeseran (*shift*) sering ditekankan dalam modul dan artikel pengantar ekonomi mikro⁶

Ada dua mekanisme utama mengapa permintaan turun saat harga naik:

1. Efek substitusi: konsumen beralih ke barang pengganti yang relatif lebih murah;
2. Efek pendapatan riil: kenaikan harga mengurangi daya beli riil sehingga konsumen mengurangi pembelian. Penjelasan mekanisme ini rutin muncul di buku teks sebagai alasan teoritis hukum permintaan.

Secara grafis, permintaan ditampilkan sebagai kurva menurun (slope negatif) pada diagram harga (sumbu vertikal) vs kuantitas (sumbu horizontal). Secara matematis fungsi permintaan umum ditulis

⁵ M.E. Raja Hardiansyah, S.E. And M.M. Anggia Sekar Putri, S.E., *Pengantar Ekonomi Mikro* (Nagari Koto Baru, Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021). h 26

⁶ Raja Hardiansyah, And Anggia Sekar Putri. h 26

$$Q = D(P, Y, P_s, P_c, T, \dots) \text{ Atau}$$

dengan bentuk sederhana

$$Q = a - bP \text{ (a, b > 0)}$$

untuk analisis deterministik. Koefisien b melambangkan kemiringan (*slope*) dan berhubungan erat dengan konsep elastisitas harga permintaan. (Contoh penerapan numerik dan fungsi permintaan terdapat pada modul pengantar dan studi empiris ringkas)

Elastisitas harga permintaan (ϵ) mengukur persentase perubahan kuantitas yang diminta akibat 1% perubahan harga. Jika $|\epsilon| > 1$, permintaan elastis; $|\epsilon| < 1$, inelastis. Nilai elastisitas bergantung pada ketersediaan substitusi, proporsi pengeluaran pada barang tersebut, horizon waktu, dan kategori barang (pokok vs barang mewah). Artikel empiris yang memeriksa elastisitas komoditas (mis. bahan pangan) melaporkan variasi elastisitas antar-komoditas dan menegaskan bahwa hukum permintaan berlaku secara umum walau besaran respons berbeda antar barang.⁷

Hukum permintaan adalah *aturan umum*, bukan mutlak. Pengecualian yang sering dibahas dalam literatur:

- a) Barang Giffen: peningkatan harga menyebabkan peningkatan konsumsi karena efek pendapatan riil yang kuat pada barang inferior (kasus empiris langka).
- b) Barang Veblen (*status goods*): harga lebih tinggi meningkatkan daya tarik (harga sebagai sinyal status), sehingga permintaan mungkin naik ketika harga naik.

⁷ Deni Adriani, Anisa Fitria Sinaga, and Fransiska Adelia Br Sinulingga, Diana Puspitasari, 'Analisis Harga, Pendapatan, Dan Permintaan Bahan Pokok Di Medan: Suatu Kajian Literatur', 10.1 (2022), h 80.

- c) Barang kebutuhan sangat esensial: permintaan mungkin tidak turun signifikan saat harga naik dalam jangka pendek. Studi-studi teori dan empiris membahas kondisi-kondisi ini dan parameter yang memengaruhi apakah pengecualian dapat muncul.

Hukum permintaan : prinsip fundamental mikroekonomi yang menyatakan hubungan negatif harga-permintaan di bawah asumsi *ceteris paribus*. Untuk analisis terapan diperlukan perhatian pada determinan non-harga, perbedaan antara pergerakan dan pergeseran kurva, pengukuran elastisitas, dan pengecualian teoritis yang jarang tetapi penting.

c. Fator Yang Mempengaruhi Permintaan Dalam Islam

Dalam pandangan ekonomi Islam, *permintaan (demand)* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti harga, pendapatan, dan preferensi, tetapi juga oleh nilai moral, etika, dan hukum syariah. Permintaan seorang Muslim tidak boleh bertentangan dengan prinsip halal, thayyib, dan keadilan ('*adl*). Oleh karena itu, teori permintaan Islam berakar pada konsep masalah (*kemaslahatan*) dan *tawazun* (keseimbangan).

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari dunia; dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu." (QS. Al-Qashash [28]: 77)⁸

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-Qashash [28]: 77, Mushaf Madinah, hlm. 394 (diakses melalui Al-Qur'an Tikrar).

Faktor Ekonomi dalam Perspektif Islam

1. Harga (*As-Si'r*)

Dalam Islam, harga berperan penting sebagai sinyal pasar, tetapi tidak boleh dimanipulasi. Naik-turunnya harga secara alami akibat hukum permintaan dan penawaran adalah hal yang diperbolehkan, sebagaimana dijelaskan Rasulullah ﷺ:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya “Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan dan melapangkan rezeki, dan aku berharap bertemu Allah tanpa seorang pun menuntutku karena kezalimanku dalam urusan harta dan darah.” (HR. Abu Dawud, no. 3451).⁹

Dalam konteks ini, faktor harga memengaruhi permintaan sepanjang tidak bertentangan dengan keadilan pasar.¹⁰

2. Pendapatan (*Al-Dakhil*)

Pendapatan menentukan daya beli, tetapi Islam menekankan zuhud dan pengendalian diri. Permintaan seorang Muslim seharusnya diarahkan pada barang yang halal dan bermanfaat.

⁹ Didin Baharuddin and Mohammad Rindu Fajar Islamy, “Relevansi Hadis Tas’ir (Penetapan Harga) Terhadap Sistem Perekonomian di Indonesia,” *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 7, no. 2 (2021): 384,

¹⁰ Muhammad Ilham Zuhri and Dede Ruslan, ‘Peran Permintaan Pasar Pada Perusahaan Dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna’, *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4.2 (2025), h 3591.

3. Preferensi (*Dzauq* / Selera Islami)

Preferensi konsumen Muslim dipengaruhi oleh nilai keimanan, bukan semata-mata keinginan material. Konsumsi dalam Islam diarahkan pada kebutuhan (*hajah*) dan bukan *syahwat* (nafsu).¹¹

4. Label Halal dan Etika Produksi

Label halal memberi jaminan bagi konsumen Muslim untuk menghindari produk haram. Ini memengaruhi pola permintaan karena berhubungan dengan keyakinan religius.

5. Kualitas dan Nilai Guna

Dalam ekonomi Islam, kualitas barang (*al-jawda*) menjadi faktor penting yang menyeimbangkan antara harga wajar dan kemaslahatan. Ibnu Khaldun menekankan pentingnya nilai guna (*utility*) yang sesuai syariah.

d. Kurva Permintaan Barang Halal

Dalam ekonomi Islam, kurva permintaan barang halal merepresentasikan hubungan antara harga barang halal dan jumlah permintaan oleh konsumen Muslim, dengan mempertimbangkan nilai-nilai syariah. Secara matematis, kemiringan kurva permintaan tetap negatif sebagaimana teori ekonomi konvensional semakin tinggi harga, semakin rendah jumlah barang yang diminta namun terdapat perbedaan mendasar dalam motif dan batas konsumsi. Konsumsi dalam Islam tidak semata didorong oleh

¹¹ Dewi Apriyani and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Produk Syariah : Pendekatan Ekonomi Islam', *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01.04 (2025), h 430.

utilitas (kepuasan) material, tetapi juga oleh kepatuhan terhadap perintah Allah dan kemaslahatan sosial.¹²

Barang halal menjadi *constraint* utama bagi perilaku permintaan. Jika suatu barang murah tetapi tidak halal, maka barang itu dikeluarkan dari himpunan konsumsi rasional Muslim.¹³

Maka, fungsi permintaan dalam Islam adalah:

$$Q_d = f(P_h, I, T, H)$$

dengan :

P_h = harga barang halal,

I = pendapatan,

T = preferensi religius,

H = tingkat kesadaran halal.

Perbedaan dengan Kurva Permintaan Konvensional

Aspek	Ekonomi Konvensional	Ekonomi Islam
Tujuan Konsumsi	Memaksimalkan utilitas pribadi	Mencapai falah (kebahagiaan dunia-akhirat)
Variabel Penentu	Harga, pendapatan, selera	Harga, pendapatan, halal-haram, niat ibadah
Batas Permintaan	Tanpa batas moral	Dibatasi oleh halal-haram
Pergeseran Kurva	Karena pendapatan & selera	Karena kesadaran syariah & nilai taqwa

Menurut R. Rosmala dalam *At-Taqjir Journal of Islamic Economics*, fungsi utilitas barang halal harus disusun dengan mengeliminasi komoditas haram dari himpunan konsumsi agar fungsi permintaan tetap sesuai maqashid syariah.¹⁴

¹² R Elvira, 'Teori Permintaan: Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Islam', *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 13(2) (2021). h 58

¹³ M.D Muflih, 'Permintaan, Penawaran, Dan Keseimbangan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam.', *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 9(1) (2021). h 12

¹⁴ Rinda Rosmala, 'Fungsi Utilitas Barang Halal Rinda Rosmala IAIN Metro', *AT-TAAJIR*, 1.1 (2019), h 25.

B. Penawaran Dalam Islam

a. Definisi Penawaran Dalam Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, penawaran (*supply*) didefinisikan sebagai jumlah barang atau jasa yang disediakan produsen untuk dijual pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu, dengan tetap memperhatikan prinsip halal, keadilan, dan keberkahan.¹⁵ Konsep ini tidak hanya menekankan keseimbangan antara harga dan kuantitas, tetapi juga dimensi moral dan spiritual produsen dalam proses produksi dan distribusi.¹⁶

Menurut Mulhadi dan Albahi penawaran dalam Islam mencakup unsur niat ibadah dan tanggung jawab sosial. Produsen tidak semata-mata mengejar keuntungan (*profit oriented*), tetapi bertujuan mencari ridha Allah SWT dengan tetap menjamin keadilan harga, kualitas produk, dan keseimbangan pasar.¹⁷ Dalam ekonomi konvensional, hukum penawaran menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah yang ditawarkan. Namun, dalam Islam, prinsip ini dibatasi oleh etika syariah, yakni tidak boleh ada eksploitasi harga, penimbunan (*ihtikar*), atau penipuan (*tadlis*).¹⁸

¹⁵ ch. Faqih Supandi And Others, 'Permintaan Dan Penawaran Pada Pasar Tradisional Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tanjung Kabupaten Jember)', *Lan Tabur : Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 6.1 (2024), h 150.

¹⁶ U Siroj, R. A., Hasan, A., & Salamah, 'Keseimbangan Ekonomi Islam Dengan Pendekatan Penawaran Agregat Dan Permintaan Agregat', *CoValue Journal of Islamic Economics*, 5.2 (2023).h 100

¹⁷ M Mulhadi, I., & Albahi, 'Teori Penawaran Dalam Ekonomi Islam', *Economic Reviews Journal*, 2.3 (2024).120

¹⁸ Melina Yasinta, Nabila Anjani, and Mei Linda Mughniyanti, 'Analisis Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Konsep, Prinsip, Dan Aplikasinya', *Tafakur Times Jurnal Study Islam*, 1.2 (2025), h 125.

Al-Qur'an memberikan dasar normatif bagi pelaku pasar dalam mengatur penawaran secara adil dan jujur. Allah berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۖ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (untuk kemaslahatannya), hingga ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekadar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, sekalipun terhadap kerabat (sendiri). Dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu selalu ingat. (QS. Al-An'am [6]: 152)¹⁹

Ayat ini menunjukkan pentingnya kejujuran dan keseimbangan dalam produksi dan distribusi, yang merupakan inti dari konsep penawaran dalam Islam.

Selain itu, Rasulullah ﷺ bersabda:

مَنْ اخْتَكَرَ عَلَى الْمُسْلِمِينَ لِيُعْلِيَ بِهِم السَّعَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya “Barang siapa menimbun barang untuk menaikkan harga bagi kaum Muslimin, maka ia telah berbuat dosa.” (HR. Muslim, No. 1605).²⁰

Hadis ini menegaskan larangan praktik penawaran yang manipulatif, seperti menahan pasokan untuk mengerek harga pasar, yang bertentangan dengan semangat keadilan ekonomi Islam.

¹⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-An'am [6]: 152, Juz 7, Mushaf Madinah, hlm. 150 (diakses melalui Al-Qur'an TIKRAR).

²⁰ Muslim ibn al-Hajjāj, *Ṣaḥīḥ Muslim*, terj. Darussalam Publishers (Riyadh: Darussalam, 2022), Kitab al-Musāqah, Hadis no. 1605, hlm. 134.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Dalam Islam

1. Harga Barang dan Biaya Produksi

Harga mempengaruhi seberapa besar barang akan ditawarkan, namun dalam Islam, penyesuaian harga harus menghindari spekulasi (*ihtikār*) dan monopoli (*ihtikar*). Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ اخْتَكَّرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya "Barang siapa menimbun (barang dagangan), maka ia adalah orang yang bersalah (berdosa)." (HR. Muslim, no. 1605)

Penelitian oleh Nurjanah, dkk.) menunjukkan bahwa harga dan biaya produksi dalam sistem syariah harus mempertimbangkan *moral cost* dan *spiritual accountability*, bukan sekadar efisiensi pasar.²¹

2. Ketersediaan Faktor Produksi

Menurut Mardi, tenaga kerja, modal halal, dan sumber daya alam yang diolah secara etis memengaruhi penawaran. Islam menekankan *amanah* dan *efisiensi produktif* sebagai bagian dari ibadah

3. Teknologi dan Inovasi Halal

Teknologi diperbolehkan sejauh tidak menyalahi prinsip halal. Selomita & Siregar, F. menekankan bahwa penerapan teknologi pada produksi pertanian syariah meningkatkan efisiensi penawaran tanpa mengorbankan nilai etis.²²

²¹ Aisyah Mega and others, 'Peran Tenaga Kerja Dalam Pertumbuhan Ekonomi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah', *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.2 (2025).h 5

²² Febriana Tampubolon and others, 'Analisis Permintaan Dan Penawaran Sebagai Faktor Penentu Harga Cabai Di Pasar Mmtc Medan', *Resky(Jurnal Riset Ekonomi Dan Keuangan Syariah)*, 02.02 (2025), h 6.

4. Kebijakan Pemerintah (*Hisbah*)

Dalam sistem ekonomi Islam, *hisbah* berfungsi memastikan keadilan dan kelancaran pasar. Pemerintah berhak melakukan intervensi jika harga melonjak atau pasar tidak adil. Rizky & Saputra menegaskan bahwa intervensi syariah pada pasar uang dan barang menstabilkan penawaran agregat dalam ekonomi Islam.

5. Faktor Non-Ekonomi (Spiritual dan Etika)

Motivasi spiritual berperan besar. Produsen Muslim harus berniat *ibadah* dalam berproduksi. Basrul & Safrina menjelaskan bahwa orientasi spiritual menghindarkan penawaran dari eksploitasi pasar dan memastikan keberkahan usaha.²³

6. Kondisi Permintaan dan Kompetisi Pasar

Menurut Zuhri & Ruslan, penawaran dalam pasar Islami menyesuaikan permintaan dengan prinsip keadilan tanpa spekulasi. Persaingan yang sehat (*musabaqah fi al-khairat*) dianjurkan dalam Islam.²⁴

7. Stabilitas Makroekonomi Syariah

Inflasi, kurs, dan suku bunga konvensional (*riba*) berpengaruh terhadap penawaran. Namun, sistem Islam mengedepankan stabilitas melalui zakat, wakaf produktif, dan larangan *riba*. Rifqi menyebut bahwa faktor makroekonomi

²³ Basrul and Lia Safrina, 'Student Interest In E-Commerce :A Market Place-Driven Engagement Approach', *Jurnal Digit*, 15.1 (2025), h 25.

²⁴ Muhammad Zaki. h 20

syariah menjadi determinan penting bagi penawaran dalam sektor keuangan halal.

Faktor-faktor penentu penawaran dalam Islam tidak hanya bersifat ekonomis, seperti harga dan teknologi, tetapi juga moral dan spiritual, seperti keadilan, amanah, dan orientasi ibadah. Sistem penawaran Islami bertujuan menciptakan pasar yang berkeadilan, stabil, dan berkah.

c. Hukum Penawaran Dalam Islam

Dalam ilmu ekonomi, hukum penawaran menyatakan bahwa “apabila harga naik maka jumlah barang yang ditawarkan meningkat, dan sebaliknya”. Namun dalam perspektif Islam, prinsip ini tidak hanya diukur berdasarkan mekanisme pasar semata, melainkan juga harus tunduk pada nilai-nilai keadilan (*‘adl*), kejujuran (*ṣidq*), dan larangan penimbunan (*iḥtikār*). Islam mengatur bahwa setiap aktivitas penawaran barang dan jasa harus berorientasi pada kemaslahatan bersama (*maslahah ‘ammah*) serta menjauhi praktik yang merugikan masyarakat.²⁵

Dalam ekonomi Islam, penawaran (*supply*) dipahami sebagai ketersediaan barang atau jasa yang siap diperjualbelikan oleh produsen sesuai dengan nilai manfaat dan prinsip keadilan syariah. Hukum penawaran menunjukkan hubungan positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan: ketika harga naik, produsen terdorong untuk meningkatkan penawaran, dan sebaliknya. Namun, berbeda dari ekonomi konvensional yang berorientasi pada *profit maximization*, ekonomi Islam menekankan *maslahah* (kemaslahatan umum) dan larangan eksploitasi pasar.

²⁵ Andi Asari And Others, *Ekonomi Islam* (Kota Solok, Sumatera Barat: Pt Mafy Media Literasi Indonesia, 2023). h 54

Menurut M. Yasinta & N. Anjani dalam *Jurnal Study Islam* menyatakan bahwa “penawaran dalam Islam tidak hanya sekadar reaksi terhadap harga, tetapi bagian dari tanggung jawab sosial produsen dalam menjaga keadilan distribusi dan tidak menimbun barang”.²⁶

Larangan *Ihtikar* (penimbunan barang) berdasarkan hadis Nabi ﷺ:

لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ

Artinya “Tidaklah seseorang menimbun barang kecuali ia berdosa. (HR. Muslim, no. 1605)²⁷

Keadilan harga (*al-‘adl fi al-tsaman*) sebagaimana firman Allah SWT:

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۖ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekadar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka berlaku adillah, sekalipun terhadap kerabat (sendiri). Dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat.” (QS. Al-An‘ām: 152)²⁸

²⁶ Yasinta, Anjani, and Mughniyanti. h 120

²⁷ Muslim bin al-Hajjāj, *Ṣaḥīḥ Muslim*, no. 1605 (Jakarta: Darus Sunnah Press, 2022), jil. 4, hlm. 48.

²⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur‘an dan Terjemahannya*, QS. Al-An‘ām [6]: 152, Juz 7, Mushaf Madinah, hlm. 150 (diakses melalui Al-Qur‘an Tikrar).

Menurut N. Susanti dalam *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, keseimbangan pasar dalam Islam (*al-tawazun al-suuqi*) dicapai melalui mekanisme alamiah antara permintaan dan penawaran tanpa intervensi spekulatif. Negara hanya bertindak jika terdapat ketimpangan yang menimbulkan *mafsadah* (kerusakan sosial).²⁹

Tujuan penawaran dalam Islam tidak berhenti pada peningkatan output, melainkan menjaga kesejahteraan sosial dan menghindari eksploitasi. Putri, Latifah & Ni'mah menegaskan bahwa keadilan dalam hukum penawaran adalah “upaya mengikat nilai spiritual pada keputusan ekonomi agar tercipta keseimbangan antara kepemilikan individu dan tanggung jawab sosial”.³⁰

Ghofur & Yulian menjelaskan dalam *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi* bahwa hukum penawaran Islam mengakui peran negara dalam menjaga keadilan harga, misalnya melalui kebijakan *tas'ir* (penetapan harga adil) jika terjadi distorsi pasar akibat monopoli atau penimbunan.³¹

d. Macam-Macam Penawaran Dalam Islam

1. Penawaran dalam Akad Jual Beli (*Bai'*)

Penawaran jual beli merupakan bentuk paling umum dari *ijab*. Dalam praktiknya, penawaran ini dapat berbentuk:

- a) Penawaran langsung (*ijab qawli*): seperti ucapan “Saya jual barang ini dengan harga sekian.”

²⁹ Novi Susanti, ‘Keseimbangan Pasar Barang Dalam Perspektif Ekonomi’, *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2.February (2025), h 6.

³⁰ Falentia Wiliana Putri and others, ‘Prinsip Keadilan Dalam Teori Permintaan Dan Penawaran Ekonomi Islam’, *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2025), h 40.

³¹ Muh Abdul Ghofur, Yuliani, and Binti Mutafarida, ‘Konsepsi Dasar Ekonomi Mikro Berbasis Paradigmatik Hukum Ekonomi Syariah’, *Kampus Akademik Publing Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1.3 (2024), h 380.

- b) Penawaran implisit (*ijab fi'li*): seperti memajang barang dengan label harga di toko atau pasar online, yang dianggap sebagai tawaran terbuka kepada publik.

2. Penawaran dalam Akad Sewa (*Ijarah*)

Dalam akad *ijarah*, penawaran dilakukan dengan menawarkan manfaat suatu barang atau jasa dengan imbalan tertentu. *Ijab* dalam *ijarah* harus jelas mengenai waktu penggunaan, manfaat yang ditawarkan, dan imbalan (*ujrah*) yang disepakati.

3. Penawaran dalam Akad Kerjasama (*Syirkah/Mudharabah*)

Penawaran di sini berupa kesediaan salah satu pihak untuk mengelola modal (*mudharib*) atau memberikan modal (*shahibul maal*). Penawaran semacam ini harus diikuti oleh kejelasan porsi keuntungan dan tanggung jawab masing-masing pihak.

4. Penawaran dalam Akad Salam dan Istishna'

Kedua akad ini termasuk kategori penawaran terhadap barang yang belum ada (*future goods*). Dalam akad salam, penawaran dilakukan oleh pembeli untuk membeli barang dengan pembayaran di muka, sementara dalam *istishna'*, penawaran berasal dari pemesan kepada produsen untuk membuat barang tertentu sesuai spesifikasi.

5. Penawaran dalam Akad Jasa dan Modernisasi Transaksi (*e-Ijab*)

Dalam era digital, penawaran dapat terjadi melalui media elektronik. Menurut Jajuli & Misno, *ijab* elektronik (*e-ijab*) tetap sah selama memenuhi syarat akad, yaitu kejelasan objek,

pihak, dan kerelaan, sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 82 Tahun 2021 tentang Transaksi Digital Syariah.

C. Keseimbangan Pasar (*Equilibrium*)

a. Definisi Keseimbangan Pasar (*Equilibrium*) Dalam Islam

Dalam ekonomi konvensional, keseimbangan pasar (*market equilibrium*) adalah kondisi di mana jumlah barang atau jasa yang ditawarkan (*supply*) sama dengan jumlah yang diminta (*demand*) pada suatu tingkat harga tertentu. Secara matematis, dicapai ketika:

$$Q_d = Q_s$$

di mana Q_d = jumlah permintaan dan Q_s = jumlah penawaran.

Pada titik ini, tidak ada tekanan untuk mengubah harga karena pasar “stabil”.

Namun, dalam perspektif ekonomi Islam, keseimbangan pasar tidak hanya dipahami dari aspek mekanisme harga, tetapi juga mempertimbangkan moralitas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Tujuannya bukan sekadar efisiensi ekonomi, tetapi juga mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) bagi masyarakat.

Menurut Rizal, M.I., Elisa, N., & Hayati, S. dalam “*Keseimbangan Pasar Uang dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, keseimbangan dalam Islam mencakup dua dimensi: material dan spiritual. Pasar Islami beroperasi dalam batas syariah, di mana larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (*spekulasi*) menjadi prinsip dasar keseimbangan harga dan distribusi kekayaan.³²

³² M. Ibnu Rizal, Nova Elisa, and Suci Hayati, ‘Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi’, *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1.2 (2025), h 353.

“Dalam sistem ekonomi Islam, keseimbangan pasar tidak ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran semata, melainkan juga oleh nilai-nilai keadilan dan larangan terhadap eksploitasi ekonomi.”

Selanjutnya, Meytriana, A., Hasyima, M., & Hayati, S. menegaskan bahwa pendekatan kurva IS dalam pasar barang tidak relevan bagi ekonomi Islam karena berbasis bunga (*riba*). Sebagai gantinya, Islam menekankan mekanisme bagi hasil (*profit-loss sharing*) yang menjamin keadilan antara produsen dan konsumen.³³

“Keseimbangan pasar barang dalam Islam dicapai melalui mekanisme bagi hasil, bukan suku bunga. Hal ini menjaga distribusi pendapatan agar tetap adil.”

Dalam Islam, pasar merupakan bagian dari sistem sosial yang harus tunduk pada prinsip:

1. *Al-‘Adl* (Keadilan): Tidak boleh ada eksploitasi atau monopoli.
2. *Al-Ihsan* (Kebaikan): Pedagang dianjurkan untuk memberi kemudahan dan transparansi.
3. *Al-Amanah* (Kejujuran): Harga dan kualitas harus disampaikan dengan jujur.

Sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur’an Surah Asy-Syu’ara (26):183:

﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾

Artinya “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (QS. Asy-Syu’ara (26):183)³⁴

³³ Azzahra Meytriana and others, ‘Keseimbangan Pasar Barang Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional: Analisis Kurva IS’, *PENG Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.2 (2025), h 71.

³⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, QS. Asy-Syu’arā’ [26]: 183, Juz 19, Mushaf Madinah, hlm. 374 (diakses melalui Al-Qur’an Tikrar).

Hadis Rasulullah ﷺ:

﴿التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ﴾

Artinya “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi, No. 1209)³⁵

Dalam konteks makroekonomi, keseimbangan pasar dalam Islam tidak hanya mengatur harga dan jumlah barang, tetapi juga memastikan distribusi kekayaan yang adil. Zuhri & Ruslan dalam Peran Permintaan Pasar pada Perusahaan dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna menjelaskan bahwa keseimbangan pasar Islami menuntut efisiensi disertai etika.³⁶

Sistem pasar Islami menuntut tidak hanya efisiensi, tetapi juga kejujuran dan kepedulian sosial sebagai kunci keseimbangan yang berkelanjutan.

b. Perubahan Dalam *Equilibrium*

Kesetimbangan kimia merupakan keadaan dinamis di mana laju reaksi maju dan laju reaksi balik suatu sistem kimia sama besar, sehingga konsentrasi zat-zat pereaksi dan hasil reaksi tampak konstan dalam waktu tertentu. Namun, keadaan ini dapat berubah jika sistem dikenai pengaruh luar seperti perubahan konsentrasi, suhu, atau tekanan fenomena ini dikenal dengan *Prinsip Le Chatelier*.

³⁵ Imam at-Tirmidzi, *Sunan at-Tirmidzi: Kitab Sunan*, terj. Darus Sunnah (Jakarta: Darus Sunnah, 2021), *Kitab al-Buyu*, Hadis no. 1209, hlm. 515.

³⁶ Muhammad Ilham Zuhri and Dede Ruslan, ‘Peran Permintaan Pasar Pada Perusahaan Dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna’, *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4.2 (2025), h 3591.