

TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN DALAM EKONOMI ISLAM

*(An'im Fattach

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan

Jl. Veteran No.53A Lamongan

Telp. (0322) 324706, Faks. (0322) 324706

Email : jpim.unisla@gmail.com

ABSTRAK

Masalah permintaan dan penawaran sudah tidak asing lagi bagi kita yang pernah mempelajari teori mikro ekonomi yang terdapat pada ilmu ekonomi. Permintaan dan penawaran juga sudah menjadi kegiatan sehari-hari bagi manusia dalam melakukan kegiatan perekonomian. Tentang produksi, supply, harga, keuntungan, produsen, pemasaran, pasar di bahas dalam konsep penawaran. Begitu juga dalam konsep permintaan yang membahas tentang konsumsi, konsumen, demand, kebutuhan hidup, harga yang selalu menjadi prioritas utama dalam menjalankan konsep permintaan. Tidak jauh beda dengan konsep permintaan dan penawaran dalam perspektif ekonomi Islam yang membahas tentang hal-hal yang di sebutkan tetapi memiliki batasan-batasan dalam berekonomi yaitu syariat yang berhubungan langsung dengan Allah SWT dan sumber-sumber Islam seperti Al-Qur'an dan As-Sunnah serta ijtihad dari para ulama atau para ekonom Islam. Dimana di Indonesia sama sekali belum di terapkan tentang konsep permintaan dan penawaran secara ekonomi Islam yang merupakan konsep baik dalam meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat Indonesia, yang bisa di bilang Indonesia terlalu menfokuskan kegiatan perekonomian pada sistem mencari keuntungan besar dan materialistis.

Kata kunci : *Konsep Permintaan Islam, Konsep Penawaran Islam, Harga*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam kajian ekonomi secara mikro, pembahasan didasarkan pada 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, sehingga harga yang diciptakan merupakan perpaduan dari kekuatan masing-masing pihak tersebut. Oleh karena itu, maka perilaku permintaan dan penawaran

merupakan konsep dasar dari kegiatan ekonomi yang lebih luas.

Pandangan ekonomi Islam terhadap permintaan, penawaran dan mekanisme pasar ini relatif sama dengan ekonomi konvensional, namun terdapat batasan-batasan dari hukum Islam untuk berperilaku yang sesuai dengan aturan syariah. Dalam ekonomi Islam, norma dan moral Islami yang merupakan prinsip Islam dalam berekonomi, merupakan faktor yang menentukan suatu individu maupun masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonominya sehingga teori ekonomi yang

terjadi menjadi berbeda dengan teori pada ekonomi konvensional

Seringkali masyarakat susah untuk membedakan teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, memang secara umum teori dan hukum keduanya hampir sama, tetapi jika diperdalam akan terlihat perbedaan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional dalam memaparkan teori permintaan dan penawaran.

Untuk dapat mengetahui perbedaan kedua teori tersebut, dalam makalah ini kami menjelaskan secara mendalam pemaparan bagian-bagian yang mana menjadi pembeda antara kedua teori tersebut. Untuk lebih jelasnya kami membahasnya dalam makalah ini.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Apa pengertian dari Permintaan Dan Penawaran ?
2. Apa penjelasan permintaan dan penawaran dalam Perspektif Ekonomi Islam ?
3. Faktor apa yang mempengaruhi permintaan dan penawaran terhadap suatu barang ?
4. Seperti apakah perbedaan konsep permintaan ?

Tujuan

Adapun tujuan penulisan dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami dan mengetahui pengertian permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam dan konvensional

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan penawaran.
3. Menjelaskan konsep dan teori ekonomi Islam mengenai permintaan dan penawaran
4. Untuk mengetahui perbedaan konsep antara ekonomi Islam dengan konvensional mengenai teori permintaan dan penawaran

LANDASAN TEORI

Pengertian dari Permintaan

Secara umum permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu. Besar kecilnya perubahan permintaan ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Jika ini terjadi maka berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap harga permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran. Hukum permintaan menyatakan "*bila harga suatu barang naik, maka permintaan barang tersebut turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka permintaan terhadap suatu barang tersebut akan naik*".

Menurut N. Gregory Mankiw dalam bukunya yang berjudul "pengantar mikro ekonomi" menyebutkan bahwa permintaan adalah sejumlah barang yang diinginkan dan dapat dibeli oleh pembeli. Kita tahu bahwa untuk barang apapun, ada banyak hal yang menentukan jumlah yang akan diminta pembeli, namun ketika kita menganalisis bagaimana pasar bekerja, suatu hal yang sangat berperan adalah harga barang tersebut.

Jumlah permintaan barang menurun ketika harga barang naik dan meningkat ketika harga barang turun. Hal ini berarti

jumlah permintaan barang berbanding terbalik dengan harga. Hubungan antara harga dengan jumlah permintaan ini berlaku untuk hampir semua barang dalam ekonomi, dan dalam kenyataannya, para ekonom dimanapun menyebut hal ini sebagai hukum permintaan. Jika hal-hal lain tetap, ketika suatu barang naik jumlah permintaan untuk barang tersebut akan turun. Sebaliknya ketika harga turun jumlah permintaan naik. (N.Gregory Mankiw, **Principle of Micro Economic, jilid 1, edisi Asia, Salemba Empat, Jakarta: 2012**)

Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat, karena pada hakikatnya makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Dari hipotesa di atas dapat disimpulkan, bahwa:

1. Apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut, dan sebaliknya apabila barang tersebut turun, konsumen akan menambah pembelian terhadap barang tersebut.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen

berkurang, sehingga memaksa konsumen mengurangi pembelian, terutama barang yang akan naik harganya.

Pada hukum permintaan berlaku asumsi *ceteris paribus*. Artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap/ *ceteris paribus*). Kemudian dalam hukum permintaan terhadap barang halal sama dengan permintaan dalam ekonomi pada umumnya, yaitu berbanding terbalik terhadap harga, apabila harga naik, maka permintaan terhadap barang halal tersebut berkurang, dan sebaliknya dengan asumsi *ceteris paribus*.

Konsep permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsep permintaan dalam Islam menilai suatu komoditi (barang atau jasa) tidak semuanya bisa dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara yang halal dengan yang haram. Oleh karena itu, dalam teori permintaan Islami membahas permintaan barang halal, sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi dan digunakan.

QS. Al Maidah: 87-88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ
وَلَا تَعْتَدُوا، إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ (87)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang telah dihalalkan 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 بِهِي
(88) مُعْمِنِينَ

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

Menurut Ibnu Taimiyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fil 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. Islam mengharuskan untuk mengkonsumsi barang yang halal lagi thoyyib. 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.

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 (*ishrof*), dan harus mengutamakan kebaikan (*maslahah*) Islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, kemubadziran. Bahkan Islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nishab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infaq, dan shodaqoh.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

Ibnu Taimiyah dalam kitab Majmu' Fatawa menjelaskan, bahwa hal-hal yang mempengaruhi permintaan suatu barang antara lain:

1. Keinginan atau selera masyarakat terhadap suatu barang yang berbeda-beda selalu berubah-ubah. Dimana ketika masyarakat telah memiliki selera terhadap suatu barang maka hal ini akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang tersebut.
2. Jumlah para peminat terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan barang tersebut semakin banyak, maka harga barang tersebut akan semakin meningkat.
3. Kualitas pembeli (*al-mu'awid*). Dimana tingkat pendapatan merupakan salah satu ciri kualitas pembeli yang baik. Semakin besar tingkat pendapatan, semakin tinggi kualitas masyarakat untuk membeli.
4. Lemah atau kuatnya kebutuhan suatu barang. Apabila kebutuhan terhadap suatu barang itu tinggi maka permintaan terhadap barang itu juga tinggi.
5. Cara pembayaran (tunai atau angsuran). Jika pembelian barang tersebut dengan transaksi tunai, biasanya permintaannya lebih tinggi.
6. Besarnya biaya transaksi. Apabila biaya transaksi dari suatu barang rendah, maka permintaan akan meningkat.

Perbedaan konsep ekonomi Islam dengan konvensional terhadap teori permintaan

Definisi dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan, antara permintaan konvensional dan Islam mempunyai kesamaan. Ini dikarenakan bahwa keduanya merupakan hasil dari

penelitian kenyataan di lapangan (empiris) dari tiap-tiap unit ekonomi.

Namun terdapat perbedaan yang mendasar diantara keduanya, diantaranya:

1. Perbedaan utama antara kedua teori tersebut tentunya adalah mengenai 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 (relevation), yang menggambarkan bahwa ekonomi islam didominasi oleh variable keyakinan religi dalam mekanisme sistemnya.
2. Sementara itu dalam ekonomi konvensional filosofi dasarnya terfokus pada tujuan keuntungan dan materialisme. Hal ini wajar saja karena sumber inspirasi ekonomi konvensional adalah akal manusia yang tergambar pada daya kreatifitas, daya olah informasi dan imajinasi manusia. Padahal akal manusia merupakan ciptaan Tuhan, dan memiliki keterbatasan bila dibandingkan dengan kemampuan.
3. Konsep permintaan dalam islam menilai suatu komoditi tidak semuanya bias untuk dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan anatara yang halal maupun yang haram. Allah telah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 87-88 :
4. “Hai orang-orang yang ebriman, janganlah kamu haramkan apa-apa

yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeasikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

5. Oleh karenanya dalam teori permintaan islam membahas permintaan barang halal, barang haram, dan hubungan antara keduanya. Sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi atau digunakan.
6. 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.
7. Permintaan islam bertujuan mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan akhirat (falah) 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.

Pengertian dari Penawaran

Teori mikro ekonomi selalu didefinisikan oleh ahli ekonomi sebagai suatu bidang studi dalam ilmu ekonomi yang menerangkan tentang kegiatan dalam bagian bagian kecil dari keseluruhan perekonomian, salah satunya teori penawaran.

Penawaran (supply) dalam ilmu ekonomi adalah banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap waktu tertentu. Jadi penawaran dapat didefinisikan yaitu banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu.

Hukum penawaran menerangkan apabila harga sesuatu barang meningkat, kuantitas barang ditawarkan akan meningkat dan apabila harga sesuatu barang menurun, kuantitas barang yang ditawarkan akan menurun. Hukum ini menunjukkan wujud hubungan positif antara tingkat harga dan kuantitas barang yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena harga yang tinggi member keuntungan yang lebih kepada produsen, jadi produsen akan menawarkan lebih banyak barang. Harga yang tinggi menyebabkan produsen berpendapat barang tersebut sangat diminta oleh konsumen tetapi penawarannya kurang di pasaran. Produsen akan menambahkan penawaran untuk memenuhi permintaan.

Teori penawaran yaitu teori yang menerangkan sifat penjual dalam menawarkan barang yang akan dijual. Gerakan sepanjang dan pergeseran kurva penawaran perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat berlaku sebagai akibat dari pergeseran kurva penawaran. Dengan kata lain definisi penawaran bisa juga dijelaskan dengan proses atau gejala substitusi pada umumnya sumber sumber dan teknik produksi yang digunakan oleh seorang produsen dapat digunakan untuk memproduksi berbagai macam dan jumlah produk.

Konsep penawaran dalam perspektif ekonomi Islam

Membahas teori penawaran Islami, kita harus kembali kepada sejarah penciptaan manusia. Bumi dan manusia tidak diciptakan pada saat yang bersamaan. Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi keperluan manusia, larangan yang harus dipatuhi adalah “Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi”. Larangan ini tersebar di banyak tempat dalam Al-Qur'an dan betapa Allah sangat membenci mereka yang berbuat kerusakan di muka bumi.

Secara umum tidak banyak perbedaan antara teori permintaan konvensional dengan Islami sejauh hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Bahkan bentuk kurva secara umum pada hakekatnya sama. Satu aspek penting yang memberikan suatu perbedaan dalam perspektif ini kemungkinan besar berasal dari landasan filosofi dan moralitas yang didasarkan pada premis nilai-nilai Islam.

Yang pertama adalah bahwa Islam memandang manusia secara umum, apakah sebagai konsumen atau produsen, sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai. Nilai-nilai yang paling pokok yang didorong oleh Islam dalam kehidupan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi (zuhud) dan ekonomis (iqtishad). Inilah nilai-nilai yang seharusnya menjadi trend gaya hidup Islamic man. Yang kedua adalah norma-norma Islam yang selalu menemani kehidupan manusia yaitu halal dan haram. Produk-produk dan transaksi pertukaran barang dan jasa tunduk kepada norma ini. Hal-hal yang diharamkan atas manusia itu pada hakekatnya adalah barang-narang atau transaksi-transaksi yang

berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya.

Namun demikian, bahaya yang ditimbulkan itu tidak selalu dapat diketahui dan dideteksi oleh kemampuan indrawi atau akal manusia dalam jangka pendek. Sikap yang benar dalam menghadapi persoalan ini adalah kepatuhan kepada diktum disertai pencarian hikmah di balik itu. Dengan kedua batasan ini maka lingkup produksi dan pada gilirannya adalah lingkup penawaran itu sendiri dalam ekonomi Islam menjadi lebih sempit dari pada yang dimiliki oleh ekonomi konvensional. Dengan demikian terdapat dua penyaringan (filtering) yang membuat wilayah penawaran (domain) dalam ekonomi Islam menyempit yaitu filosofi kehidupan Islam dan norma moral Islam.

Dalam perspektif ekonomi Islam, manusia diinjeksi dengan norma moral Islam sehingga nafsu untuk memenuhi keinginannya tidak selalu dipenuhi. Demikian juga cara untuk memenuhi keinginan tersebut senantiasa dikaitkan dengan norma moral Islam yang selalu menemaninya ke mana saja dan di mana saja. Karena itu, semua barang dan jasa yang diproduksi dan ditawarkan ke pasar mencerminkan kebutuhan riil dan sesuai dengan tujuan syariah itu sendiri (maqoshidu syariah). Dalam perspektif ini tidak dimungkinkan produksi barang yang tidak berguna secara syar'i. Kedua, rasionalitas. Asumsi kedua ini merupakan turunan dari asumsi yang pertama. Jika ilmu ekonomi konvensional melihat bahwa manusia adalah economic man yang selalu didorong untuk melampiaskan keinginannya dengan cara apapun, maka asumsi rasionalitas merupakan ruhnya yang mengilhami seluruh usahanya dalam rangka memenuhi keinginannya tersebut. Selama manusia menguras tenaga dan 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.

Faktor yang mempengaruhi penawaran terhadap suatu barang

Faktor yang mempengaruhi penawaran menurut Ibnu Khaldun adalah banyaknya permintaan tingkat keuntungan relative (tingkat harga), tingkat usaha manusia (produktifitas) misalnya besarnya tenaga buruh termasuk termasuk ilmu pengetahuan yang dimiliki dan keterampilan yang dimiliki, keamanan dan ketenangan serta kemampuan teknik dan perkembangan secara keseluruhan. Adapun faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi penawaran terhadap suatu barang:

1. Biaya dan teknologi
2. Biaya dan teknologi adalah dua konsep yang sangat erat berkaitan satu sama lain. Yang dimaksud dengan biaya adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan jasa mencakup biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jika sistem ekonomi konvensional dalam operasionalnya.
3. Teknologi adalah penemuan dan peningkatan teknologi yang diterapkan untuk menurunkan biaya produksi contohnya adalah penggunaan robot dan komputer. Jika diterapkan teknologi baru dan sebagainya.
4. Jumlah penjual

5. Jumlah penjual memiliki dampak langsung terhadap penawaran makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu makin tinggi penawaran.
6. Dugaan tentang masa depan
7. Aspek dugaan atau ekspektasi terhadap masa depan mencakup dugaan mengenai perubahan harga dari barang tersebut. Misalnya, jika penjual menduga bahwa harga barangnya akan meningkat dimasa depan, ia akan mengurangi penawarannya pada saat ini. Akibatnya penawarannya berkurang. Hal ini dilarang oleh nabi, karena seperti nanti yang akan kita lihat, perilaku ini mengakibatkan harga dipasar melonjak.
8. Kondisi alam
9. Kondisi alam seperti terjadi banjir, gempa bumi dan sebagainya. Bisa mengakibatkan penawaran barang-barang tertentu berkurang khususnya barang-barang hasil pertanian.

Perbedaan konsep ekonomi Islam dengan konvensional terhadap teori penawaran

Penawaran dalam ilmu konvensional

Dijelaskan bahwa penawaran berkorelasi positif terhadap harga (P). Ini berarti bahwa semakin tinggi suatu harga produk, semakin memberikan insentif kepada produsen untuk meningkatkan produksinya dan kemudian menawarkannya kepada konsumen yang membutuhkan. Sebaliknya, semakin rendah suatu harga produk, semakin berkurang insentif bagi produsen untuk memproduksi dan menawarkannya. Hal ini disebabkan karena makin rendah suatu harga, makin kecil suatu keuntungan atau malah timbul kerugian. Sebagai suatu agen

ekonomi yang rasional, produsen akan memutuskan produksinya. Dengan demikian dapatlah digambarkan dalam sebuah diagram dimana sumbu vertical adalah harga dan sumbu horizontal adalah jumlah produk yang ditawarkan kepada masyarakat bahwa kurva penawaran sebagai kurva yang naik ke kanan. Kedudukan kurva ini bias berpindah atau bergeser bergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Disamping itu, ongkos produksi juga merupakan faktor penting dalam menentukan penawaran suatu produk. Ongkos produksi pada gilirannya ditentukan oleh harga dari faktor input. Perubahan dalam harga-harga factor input umumnya dikarenakan adanya perubahan dalam laju pajak dan subsidi. Sekalipun diasumsikan bahwa tidak terjadi perubahan dalam kebijakan fiscal pemerintah berkaitan dengan perpajakan atau subsidi, masih ada factor lain yang sangat berperan dalam menentukan kedudukan penawaran dalam perekonomian konvensional. Kemajuan teknologi berperan sangat penting dalam mengurangi ongkos produksi karena perubahan dalam teknologi yang lebih maju memungkinkan dipakainya cara-cara produksi yang jauh lebih efisien dan tentu saja lebih murah daripada sebelumnya. Dengan demikian dapatlah diringkaskan bahwa aspek penawaran (Q_s) dalam ekonomi konvensional ditentukan oleh beberapa variable antara lain harga (P), ongkos produksi (C), teknologi (T) dan factor input (P_t), ceteris paribus. Secara matematis dapat diungkapkan dalam sebuah fungsi umum $Q_s = f(P, C, T, P_t)$. Sekalipun banyak faktor yang mempengaruhi tingkatan penawaran, dalam analisis ilmu ekonomi hanya menggunakan harga sebagai ukuran utama dalam membuat diagram penawaran.

Penawaran dalam ekonomi islam

Secara umum tidak banyak perbedaan antara teori permintaan konvensional dengan Islam sejauh hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Bahkan bentuk kurva secara umum pada hakikatnya sama. Satu aspek penting yang memberikan suatu perbedaan dalam perspektif ini kemungkinan besar berasal dari landasan filosofi dan moralitas yang didasarkan pada premis nilai-nilai Islam. Yang pertama adalah bahwa Islam memandang manusia secara umum, apakah sebagai konsumen atau produsen, sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai. Nilai-nilai yang paling pokok yang didorong oleh Islam dalam kehidupan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi (zuhud) dan ekonomis (iqtishad). Inilah nilai-nilai yang seharusnya menjadi gaya hidup Islam. Yang kedua adalah norma-norma Islam yang selalu menemani kehidupan manusia yaitu halal dan haram. Produk-produk dan transaksi pertukaran barang dan jasa tunduk kepada norma ini. Hal-hal yang diharamkan atas manusia itu pada hakikatnya adalah barang-barang atau transaksi-transaksi yang berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya. Namun demikian, bahaya yang ditimbulkan itu tidak selalu dapat diketahui dan dideteksi oleh kemampuan indrawi atau akal manusia dalam jangka pendek. Sikap yang benar dalam menghadapi persoalan ini adalah kepatuhan kepada hukum disertai pencarian hikmah dibalik itu.

Dengan kedua batasan ini maka lingkup produksi dan pada gilirannya adalah lingkup penawaran itu sendiri dalam ekonomi Islam menjadi lebih sempit daripada yang dimiliki oleh ekonomi konvensional.

PENUTUP

Kesimpulan

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.

Konsep Ekonomi Islam mengenai permintaan dan penawaran ini mirip sekali 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.

Konsep permintaan dalam Islam menilai suatu komoditi (barang dan jasa) tidak semuanya bisa untuk dikonsumsi atau digunakan, dibedakan antara yang halal maupun yang haram. Oleh karena itu dalam teori permintaan, Islam membahas permintaan barang halal, barang haram, dan hubungan diantara keduanya. Sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi maupun digunakan.

Saran

Dari pembahasan yang sudah dijelaskan di atas sebaiknya masyarakat muslim di dunia, lebih khusus di Indonesia karena masyarakatnya mayoritas muslim, menerapkan sistem ekonomi Islam dalam kajian permintaan dan penawaran, agar barang yang kita konsumsi atau gunakan tersebut halal dan berkah.

DAFTAR PUSTAKA

Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer.
Gema Insani Press. Jakarta. 2001

T.Gilarso SJ; *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Penerbit Kanisius.
Yogyakarta. 2003

N .Gregory Mankiw ; *Principle of Microeconomics*. jilid 1. edesi
terjemahan .Erlangga. Jakarta. 1998

Sukirno, Sadono. 1999. *Ekonomi Mikro*.
Jakarta: Rajawali Press.

Karim, Adiwarmarman, A. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Qaradhawi, Yusuf, *Peran Nilai dalam Perekonomian Islam*, diterjemahkan Didin Hafidudin, Jakarta: Robbani Press, 1977.

Ibn Qudâmah, Al-Mughnî ‘alâ Mukhtashar al-Kharqî, Lubnân: Dâr al-Maktab al-‘Ilmiyyah, 1994.