

# DEKONSTRUKSI DAN REFORMULASI TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN BERBASIS NILAI SYARIAH

Rachma Febriyanti<sup>1</sup>, Abdul Wahab<sup>2</sup>, Mukhtar Lutfi<sup>3</sup>, Muhammad Ghalib<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar; [rachmafebriyanti@gmail.com](mailto:rachmafebriyanti@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar; [abdul.wahab@uin-alauddin.ac.id](mailto:abdul.wahab@uin-alauddin.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar; [mukhtar.lutfi@uin-alauddin.ac.id](mailto:mukhtar.lutfi@uin-alauddin.ac.id)

<sup>4</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar; [ghalibusb@gmail.com](mailto:ghalibusb@gmail.com)

---

## Abstract

---

### Keywords:

Islamic Demand,  
Islamic Supply,  
Market  
Equilibrium,  
Market Ethics,  
Maslahah

---

This article aims to reformulate the theory of demand and supply from an Islamic economic perspective through a comparative analysis with conventional economics. Conventional theory relies on assumptions of consumer rationality, utility maximization, and a free market mechanism, which tend to overlook moral, spiritual, and social dimensions in economic behaviour. Islamic economics provides an alternative and more holistic approach by emphasizing halal-haram principles, maslahah, justice, and trustworthiness as the core of market behaviour. This research employs a literature review method by analyzing scholarly articles, books, and classical Islamic economic texts, including the works of Ibn Khaldun and Ibn Taymiyyah. Findings indicate that Islamic demand and supply theory not only explains the interaction of price and quantity but also embeds moral values and ethical guidelines in market operations. Market equilibrium in Islam is defined as a just and transparent equilibrium, free from riba, gharar, and monopoly, and strengthened by the institution of hisbah. The study concludes that an Islamic market framework promotes a more stable, just, and socially beneficial economic system.

---

---

## Abstrak

*Kata kunci:*  
Permintaan Islami,  
Penawaran Islami,  
Keseimbangan  
Pasar, Etika Pasar,  
Maslahah

---

*Diajukan :*  
Desember 2025

*Diterima :* Januari  
2026

*Diterbitkan :*  
Januari 2026

*Artikel ini bertujuan untuk mereformulasi teori permintaan dan penawaran dalam perspektif ekonomi Islam melalui analisis komparatif dengan pendekatan konvensional. Teori konvensional bertumpu pada asumsi rasionalitas konsumen, maksimisasi utilitas, dan mekanisme pasar bebas, sehingga mengabaikan aspek moral, spiritual, serta dampak sosial dari aktivitas ekonomi. Ekonomi Islam menawarkan pendekatan alternatif yang lebih holistik dengan menekankan prinsip halal-haram, maslahah, keadilan, dan amanah sebagai pilar utama perilaku pasar. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur melalui penelusuran artikel, buku, dan sumber primer terkait teori pasar Islam serta kontribusi pemikir klasik seperti Ibn Khaldun dan Ibn Taimiyyah. Hasil kajian menunjukkan bahwa teori permintaan dan penawaran Islami tidak hanya mengatur interaksi harga dan kuantitas, tetapi juga menata struktur pasar berdasarkan nilai moral dan etika. Keseimbangan pasar dalam Islam dipahami sebagai keseimbangan yang adil, transparan, bebas dari riba, gharar, dan monopoli, serta didukung oleh peran hisbah dalam menjaga integritas transaksi. Artikel ini menyimpulkan bahwa kerangka pasar Islami mampu menawarkan struktur ekonomi yang lebih stabil, berkeadilan, dan berorientasi pada kesejahteraan sosial.*

---

Corresponding Author:

Rachma Febriyanti

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar; [rachmafebriyanti@gmail.com](mailto:rachmafebriyanti@gmail.com)

---

## **PENDAHULUAN**

Teori permintaan dan penawaran merupakan dua fondasi utama dalam ekonomi mikro. Dalam paradigma konvensional, harga diyakini terbentuk secara natural melalui interaksi rasional antara konsumen dan produsen, sehingga permintaan menurun saat harga naik dan penawaran meningkat pada kondisi yang sama. Kerangka Marshallian ini telah menjadi model baku dalam menjelaskan perilaku pasar. Namun, dalam kenyataannya, model tersebut semakin sulit diterapkan untuk memahami dinamika pasar modern yang ditandai dengan distorsi struktural, perilaku non-rasional, dan intervensi teknologi. Sari et al., (2025) menggarisbawahi bahwa pasar nyata tidak bekerja sebagaimana diasumsikan teori konvensional karena dipengaruhi ketidakseimbangan informasi, manipulasi harga, dan praktik penimbunan. Kondisi ini mencerminkan bahwa mekanisme pasar tidak lagi sepenuhnya self-regulating.

Berbagai fenomena empiris memperkuat ketidaktepatan asumsi rasionalitas sempurna. Pada masa pandemi COVID-19, misalnya, lonjakan permintaan terhadap produk kesehatan memicu kelangkaan dan kenaikan harga yang ekstrem, fenomena yang tidak dapat diprediksi hanya melalui perpotongan kurva permintaan dan penawaran. Perkembangan teknologi digital juga mengubah pola perilaku konsumen. Anggraini et al., (2025) menunjukkan bahwa algoritma *e-commerce* mampu menciptakan permintaan semu dan memperbesar elastisitas secara tidak alami, sehingga pasar digital menjadi lebih adaptif tetapi sekaligus lebih rentan terhadap manipulasi. Dengan demikian, dinamika pasar kontemporer semakin menjauh dari pola-pola ideal dalam teori konvensional.

Ketidaksesuaian antara teori dan kenyataan juga terlihat dalam praktik distorsi harga seperti penimbunan, kartel, dan rekayasa distribusi. Kisman et al., (2024) mencatat bahwa teori harga konvensional gagal menjelaskan situasi ketika produsen secara sengaja menahan barang untuk menaikkan harga, suatu tindakan yang dilarang dalam Islam. Pemikiran Ibn Khaldun dan Ibn Taimiyyah yang dikaji ulang oleh Rusdi & Widiastuti (2020) menunjukkan bahwa harga dipengaruhi oleh faktor moral, kelangkaan, kondisi sosial, dan karakter pelaku pasar, dimensi yang absen dalam teori konvensional. Sementara itu, di sisi konsumsi, penelitian Elvira (2015) dan Mashuri (2019) menunjukkan bahwa permintaan modern sering kali dipengaruhi gaya hidup dan hedonisme, bukan kebutuhan riil, sehingga menimbulkan *overconsumption* yang tidak dapat dijelaskan oleh teori utilitas klasik.

Di sisi produksi, orientasi profit yang menjadi dasar teori penawaran konvensional juga dikritik oleh ekonomi Islam. Mulhadi & Albahi (2024) menegaskan bahwa produsen dalam Islam wajib mematuhi prinsip halal, keadilan, dan amanah, serta dilarang melakukan praktik yang merugikan seperti penipuan, pengurangan timbangan, dan ihtikar. Dengan demikian, baik pada sisi permintaan maupun

penawaran, perspektif Islam menawarkan kerangka perilaku pasar yang berbeda secara paradigmatik dibandingkan dengan teori konvensional.

Meskipun berbagai penelitian telah menyoroiti keterbatasan teori konvensional dan menawarkan perspektif Islam sebagai alternatif, belum banyak kajian yang secara sistematis membandingkan kedua kerangka tersebut untuk merumuskan teori permintaan dan penawaran yang lebih sesuai dengan realitas pasar modern. Penelitian sebelumnya cenderung membahas aspek konsumsi Islami, etika pasar, atau distorsi harga secara terpisah tanpa mengintegrasikannya ke dalam satu kerangka teori pasar yang utuh. Dengan demikian, terdapat *research gap* berupa kebutuhan untuk merumuskan model permintaan-penawaran dalam perspektif Islam yang mampu menjawab tantangan pasar kontemporer dengan menggabungkan efisiensi ekonomi dan nilai moral syariah.

Pendekatan ekonomi Islam yang menekankan prinsip halal, keadilan, transparansi, dan masalah menawarkan fondasi yang lebih komprehensif untuk mereformulasi teori pasar. Dengan mengintegrasikan dimensi etika dan pengawasan moral, ekonomi Islam berpotensi menghadirkan struktur pasar yang tidak hanya efisien, tetapi juga berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan publik.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dipilih karena tujuan penelitian berfokus pada pengembangan dan reformulasi kerangka teoritis melalui penelusuran dan analisis konseptual terhadap literatur yang relevan. Data penelitian bersumber dari literatur primer dan sekunder, meliputi jurnal ilmiah bereputasi, buku teks ekonomi mikro konvensional, karya-karya pemikir ekonomi Islam klasik seperti Ibn Khaldun dan Ibn Taimiyyah, serta penelitian kontemporer yang membahas dinamika pasar modern.

Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *content analysis*, yaitu dengan mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menafsirkan konsep, asumsi, serta nilai-nilai syariah yang terkandung dalam teori permintaan dan penawaran konvensional dan Islam. Analisis data dilakukan melalui dua tahapan utama. Pertama, tahap dekonstruksi, yaitu mengkaji dan mengkritisi asumsi-asumsi dasar teori permintaan dan penawaran konvensional sebagaimana dikemukakan dalam literatur ekonomi mikro. Kedua, reformulasi, yaitu menyusun kembali konsep permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti halal-haram, keadilan, amanah, dan masalah.

Pendekatan ini memungkinkan penelitian menghasilkan konstruksi teoretis yang tidak hanya relevan secara konseptual, tetapi juga kontekstual dengan dinamika pasar kontemporer, serta sejalan dengan tujuan ekonomi Islam. Metode studi literatur dengan analisis konseptual semacam ini lazim digunakan dalam penelitian ekonomi Islam yang berorientasi pada pengembangan teori dan kritik paradigmatik.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Keterbatasan Teori Permintaan dan Penawaran Konvensional

Teori permintaan dan penawaran merupakan dasar utama analisis pasar dalam ekonomi konvensional. Permintaan didefinisikan sebagai jumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga, sementara penawaran merupakan jumlah barang yang ingin dijual produsen. Hubungan keduanya digambarkan melalui kurva yang menunjukkan bahwa permintaan menurun saat harga naik, sedangkan penawaran meningkat pada kondisi yang sama. Titik pertemuan kedua kurva ini dianggap sebagai keseimbangan pasar yang mencerminkan harga dan kuantitas yang “tepat” menurut teori (Zahara & Anwar, 2021).

Kerangka dasar tersebut dibangun di atas beberapa prinsip utama. Pertama, konsumen diasumsikan selalu ingin memaksimalkan kepuasan dengan anggaran yang terbatas (Amir, 2025; Mashuri, 2019). Kedua, produsen dianggap berusaha memaksimalkan keuntungan (Rusdi & Widiastuti, 2020; Sari et al., 2025). Ketiga, harga diperlakukan sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumsi dan produksi (Kisman et al., 2024; Mashuri, 2019; Sari et al., 2025). Keempat, pasar dipandang mampu mencapai keseimbangan melalui mekanisme internal tanpa memerlukan campur tangan pihak luar (Sari et al., 2025).

Sejumlah literatur menyebutkan bahwa teori ini memberikan gambaran awal yang berguna untuk memahami perilaku pasar, namun tetap memiliki keterbatasan. Dalam kajian konseptual ekonomi mikro, teori permintaan dan penawaran konvensional hanya menggambarkan kondisi ideal secara teoretis dan tidak selalu mencakup variabel-variabel non-harga yang memengaruhi keputusan ekonomi (Sari et al., 2025). Artinya, teori ini lebih tepat dipahami sebagai model dasar, bukan sebagai penjelasan menyeluruh mengenai perilaku pasar.

Selain itu, beberapa tokoh yang dikaji dalam literatur menunjukkan bahwa pembentukan harga tidak hanya bergantung pada interaksi antara permintaan dan penawaran. Ibn Khaldun, melalui analisis yang dibahas dalam penelitian modern, menyebut bahwa harga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat kebutuhan masyarakat, kondisi sosial, dan kualitas pelaku pasar (Rusdi & Widiastuti, 2020). Perspektif ini menunjukkan bahwa teori harga tidak sepenuhnya dapat dipisahkan dari kondisi sosial dan karakter manusia.

Literatur lain yang membahas mekanisme harga dalam tradisi pemikiran Islam menegaskan bahwa proses pembentukan harga sering melibatkan unsur moral atau perilaku pelaku pasar. Effendi (2021) misalnya, menekankan bahwa harga dapat menjadi tidak wajar jika terbentuk melalui tindakan seperti penimbunan atau ketidakjujuran, suatu hal yang tidak diperhitungkan dalam kerangka konvensional yang cenderung netral terhadap aspek moral.

Dengan demikian, kritik terhadap teori permintaan dan penawaran konvensional tidak dimaksudkan untuk menafikan kegunaannya sebagai kerangka analitis dasar, melainkan untuk menunjukkan keterbatasannya dalam menangkap kompleksitas pasar yang dipengaruhi oleh faktor sosial, moral, dan non-harga.

Keterbatasan inilah yang mendorong perlunya pendekatan alternatif yang mampu membaca dinamika pasar secara lebih utuh. Dalam konteks ini, perspektif ekonomi Islam menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut sebagai upaya memperluas dan melengkapi pemahaman terhadap perilaku pasar.

Untuk memahami kebutuhan tersebut secara lebih mendalam, perhatian perlu diarahkan pada asumsi-asumsi dasar yang menopang teori permintaan dan penawaran konvensional. Teori ini bertumpu pada pandangan bahwa manusia bertindak rasional, pasar bergerak secara otomatis menuju keseimbangan, dan harga terbentuk secara alami melalui interaksi permintaan dan penawaran. Namun, asumsi-asumsi tersebut tidak selalu sejalan dengan realitas perilaku manusia dan dinamika pasar yang bersifat kompleks. Oleh karena itu, pembahasan selanjutnya difokuskan pada upaya mendekonstruksi asumsi-asumsi tersebut sebagai langkah awal menuju pemahaman yang lebih komprehensif.

Pertama, teori konvensional menganggap manusia sebagai *homo economicus*, yaitu makhluk yang selalu rasional dan hanya mengejar kepuasan materi (Zahara & Anwar, 2021). Padahal, dalam banyak sistem nilai, termasuk dalam perspektif Islam, perilaku manusia tidak hanya ditentukan oleh logika, tetapi juga oleh moral, emosi, keyakinan, dan pertimbangan sosial. (Mashuri, 2019) menyebutkan bahwa dalam ekonomi Islam, pilihan konsumsi turut dipengaruhi oleh masalah dan keberkahan, bukan sekadar kepuasan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi rasionalitas konvensional terlalu menyederhanakan realitas manusia.

Kedua, teori konvensional menganggap pasar sebagai mekanisme yang bergerak otomatis menuju keseimbangan (Zahara & Anwar, 2021). Asumsi ini mengabaikan bahwa pasar adalah bagian dari masyarakat dan dipengaruhi oleh faktor sosial dan moral. Pemikiran Ibn Khaldun yang dikaji dalam penelitian modern memperlihatkan bahwa harga dapat berubah karena kondisi sosial, tingkat kebutuhan, atau kualitas pelaku pasar, bukan sekadar karena perubahan permintaan dan penawaran (Fahmi et al., 2024). Dengan kata lain, pasar tidak sesederhana yang dibayangkan teori klasik.

Ketiga, teori konvensional mengasumsikan bahwa informasi tersedia secara sempurna bagi semua pelaku pasar (Zahara & Anwar, 2021). Dalam kenyataannya, informasi hampir selalu tidak merata. Produsen bisa saja memiliki lebih banyak informasi daripada konsumen, atau sebaliknya. Nilai-nilai seperti kejujuran dan amanah justru menjadi kunci penting untuk menciptakan transaksi yang adil (Sari et al., 2025). Ini menunjukkan bahwa informasi tidak dapat dipisahkan dari aspek moral dan etika.

Keempat, teori konvensional menganggap bahwa harga adalah hasil murni dari interaksi *supply-demand* (Zahara & Anwar, 2021). Pemikiran Ibn Taimiyyah membantah asumsi ini dengan menjelaskan bahwa harga dapat menjadi "harga zalim" apabila terbentuk melalui penipuan, penimbunan, atau manipulasi pasar. Ia menekankan pentingnya pengawasan moral melalui lembaga *hisbah* agar harga benar-benar mencerminkan kondisi yang adil (Rusdi & Widiastuti, 2020). Ini menunjukkan bahwa harga tidak netral secara moral.

Kelima, teori konvensional memandang pasar sebagai ruang bebas nilai, terlepas dari norma dan etika Masyarakat (Zahara & Anwar, 2021). Paradigma ini berbeda dengan ekonomi Islam yang menganggap moral sebagai bagian penting dari setiap aktivitas ekonomi (Beik et al., 2022). Dengan demikian, masalah utama teori permintaan dan penawaran konvensional tidak hanya berasal dari penerapannya yang tidak sesuai realitas, tetapi juga dari dasar pemikirannya yang teralu menyederhanakan manusia dan pasar.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa asumsi-asumsi dasar dalam teori konvensional perlu ditinjau ulang. Dekonstruksi ini penting agar kita dapat memahami mengapa teori tersebut tidak selalu sesuai dengan kenyataan, sekaligus membuka jalan bagi pendekatan alternatif seperti ekonomi Islam yang memadukan aspek ekonomi, sosial, dan moral secara lebih seimbang.

### **Fondasi Filosofis dan Pilar Reformulasi Teori Permintaan dan Penawaran Islam**

Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai syariah, yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta pemikiran para ulama klasik dan kontemporer. Berbeda dari ekonomi konvensional yang bertumpu pada rasionalitas individual dan orientasi material, ekonomi Islam dibangun di atas fondasi filosofis yang mengintegrasikan aspek spiritual, moral, dan sosial dalam seluruh aktivitas ekonomi. Fondasi ini menempatkan manusia bukan hanya sebagai *homo economicus* yang mengejar kepuasan materi, melainkan sebagai khalifah yang memiliki tanggung jawab moral dalam setiap tindakan ekonominya (Beik et al., 2022).

Secara ontologis, ekonomi Islam memandang bahwa harta dan sumber daya adalah amanah dari Allah Swt. Oleh karena itu, konsumsi dan produksi bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi bagian dari ibadah apabila dilakukan dengan cara yang halal, adil, dan tidak merusak, sesuai dengan larangan Allah Swt. dalam QS. Al-A'raf ayat 56, "*Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik...*". Selain itu, masalah merupakan orientasi utama dalam perilaku ekonomi, sehingga keputusan konsumsi tidak boleh hanya didasarkan pada utilitas tetapi juga pada keberkahan dan manfaat sosial (Mashuri, 2019). Dengan demikian, permintaan dan penawaran dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari nilai moral yang mengarahkan perilaku ekonomi.

Secara epistemologis, ilmu ekonomi Islam dibangun melalui integrasi antara wahyu dan akal. Berbagai studi menekankan bahwa teori ekonomi Islam tidak berdiri sebagai antitesis ekonomi konvensional, tetapi sebagai penyempurnaan yang menambahkan dimensi nilai dan etika. Literatur konseptual tentang permintaan dan penawaran menempatkan nilai-nilai syariah, seperti kejujuran, keadilan, larangan *gharar*, *riba*, dan ikhtikar sebagai variabel penting dalam analisis pasar (Sari et al., 2025). Dengan demikian, epistemologi ekonomi Islam berfungsi untuk memastikan bahwa mekanisme pasar tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai dengan tujuan syariah (*maqashid al-shariah*).

Secara aksiologis, ekonomi Islam mengarahkan seluruh aktivitas pasar menuju tercapainya *al-falah*, yakni kesejahteraan dunia dan akhirat (Beik et al., 2022). Dalam kerangka ini, keseimbangan harga tidak hanya dipahami sebagai titik pertemuan kurva

permintaan-penawaran, tetapi sebagai kondisi pasar yang bebas dari ketidakadilan. Pemikiran Ibn Taimiyyah yang dikaji dalam artikel terkait menegaskan bahwa harga yang adil (*fair price*) hanya dapat terbentuk apabila pasar bebas dari manipulasi moral, penipuan, dan ketidakjujuran. Ia bahkan menekankan pentingnya peran hisbah sebagai pengawas moral pasar agar harga yang muncul benar-benar mencerminkan kondisi yang wajar dan tidak merugikan pihak manapun (Rusdi & Widiastuti, 2020).

Lebih jauh, Ibn Khaldun memberikan kontribusi penting terhadap fondasi filosofis mekanisme pasar dalam ekonomi Islam. Ia menjelaskan bahwa harga tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran, tetapi juga oleh faktor-faktor sosial seperti kelangkaan, tingkat kebutuhan, dan kualitas pembeli. Dengan demikian, pasar dalam pandangan Islam dipengaruhi oleh dinamika sosial yang lebih kompleks dibandingkan dengan model ekonomi konvensional (Fahmi et al., 2024). Pandangan ini menunjukkan bahwa ekonomi Islam mendukung mekanisme pasar, namun tidak memandang pasar sebagai entitas yang sepenuhnya otonom dan bebas nilai.

Fondasi filosofis ini pada akhirnya membentuk cara pandang khas dalam teori permintaan dan penawaran Islam. Permintaan tidak hanya didorong oleh preferensi dan kemampuan finansial, tetapi juga oleh hierarki kebutuhan (*dharuriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat*) serta pertimbangan keberkahan barang yang dikonsumsi. Di sisi lain, penawaran tidak sekadar bertujuan mencapai keuntungan maksimum, tetapi harus mencerminkan etika produksi seperti kejujuran, tidak menimbun, tidak merusak pasar, dan menjaga keadilan distribusi. Dengan kerangka ini, teori permintaan dan penawaran Islami lahir dari landasan filosofis yang berupaya menyeimbangkan efisiensi ekonomi dengan nilai etika, dan tujuan kemanusiaan.

Berangkat dari kerangka tersebut, perumusan teori permintaan dan penawaran dalam perspektif Islam memerlukan pemahaman yang kuat mengenai prinsip-prinsip dasar yang membentuk sistem ekonomi Islam. Prinsip-prinsip inilah yang menjadi kerangka filosofis sekaligus operasional untuk menilai dan membangun kembali konsep pasar, harga, serta perilaku konsumen dan produsen. Setidaknya terdapat empat pilar utama yang menjadi dasar reformulasi teori permintaan dan penawaran Islam, yaitu nilai syariah, etika pasar, keadilan harga, dan orientasi masalah.

Pilar pertama adalah nilai syariah sebagai dasar bertindak (Beik et al., 2022). Dalam ekonomi Islam, konsumsi dan produksi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga tindakan bernilai ibadah jika dilakukan sesuai ketentuan syariah. Artinya, permintaan tidak dapat muncul pada barang yang diharamkan atau yang membawa mudarat, sedangkan penawaran juga harus dibatasi oleh prinsip halal, kejujuran, dan larangan eksploitasi. Konsumsi dalam Islam diarahkan untuk mencapai masalah, bukan untuk memaksimalkan kepuasan materi semata (Mashuri, 2019). Oleh karena itu, kurva permintaan dalam Islam dibentuk oleh kategori kebutuhan (*dharuriyyat, hajiyyat, tahsiniyyat*) serta prinsip keberkahan, bukan sekadar oleh harga dan pendapatan.

Pilar kedua adalah etika pasar, khususnya kejujuran dan amanah dalam transaksi (Anggraini et al., 2025). Sistem pasar Islam tidak hanya diatur oleh mekanisme ekonomi, tetapi juga oleh aturan moral. Etika ini menjadi pembeda utama antara penawaran Islami dan penawaran konvensional. Studi yang membahas dinamika pasar dari perspektif Islam menekankan pentingnya nilai amanah dan transparansi agar proses penawaran tidak merugikan salah satu pihak (Sari et al., 2025). Dengan demikian, perilaku produsen dalam Islam tidak cukup hanya mempertimbangkan biaya dan harga jual, tetapi juga memastikan kualitas, keaslian, dan kejujuran dalam penetapan harga.

Pilar ketiga adalah konsep keadilan harga, sebagaimana dikembangkan oleh Ibn Taimiyyah dan diperkuat dalam berbagai penelitian kontemporer. Harga dalam Islam tidak boleh menjadi "harga zalim", yaitu harga yang terbentuk melalui manipulasi, penipuan, penimbunan, atau ketidakadilan. Pengawasan moral, dan lembaga hisbah memiliki peran penting untuk memastikan bahwa praktik pasar tetap bersih dari kecurangan (Rusdi & Widiastuti, 2020). Reformulasi teori penawaran dalam Islam harus memasukkan prinsip bahwa harga tidak netral secara moral dan tidak boleh diserahkan sepenuhnya pada mekanisme pasar tanpa pengawasan.

Pilar keempat adalah orientasi masalah sebagai tujuan akhir (Beik et al., 2022). Ekonomi Islam berangkat dari tujuan menjaga kemaslahatan individu dan masyarakat secara seimbang. Oleh karena itu, reformulasi teori permintaan dan penawaran Islam tidak hanya bertujuan menjelaskan bagaimana harga terbentuk, tetapi juga bagaimana mekanisme tersebut mendukung kesejahteraan yang adil dan berkelanjutan. Pandangan Ibn Khaldun mengenai pengaruh kondisi sosial terhadap harga, sebagaimana dikaji dalam penelitian modern, memperkuat gagasan bahwa pasar tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai sosial dan kesejahteraan Bersama (Fahmi et al., 2024). Dengan demikian, teori penawaran dan permintaan Islami harus mempertimbangkan dampak sosial dari perubahan harga dan kuantitas barang.

Keempat pilar ini menunjukkan bahwa reformulasi teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam tidak hanya mengubah aspek teknis kurva atau fungsi matematika, tetapi membangun paradigma baru yang menggabungkan efisiensi pasar dengan nilai-nilai moral. Nilai-nilai syariah, etika pasar, keadilan harga, dan masalah menjadi landasan penting untuk mengembangkan teori yang lebih manusiawi, lebih realistis, dan lebih sesuai dengan tujuan ekonomi Islam.

### **Reformulasi Permintaan, Penawaran Islam, dan Keseimbangan Pasar dalam Perspektif Islam**

Secara umum, terdapat beberapa kesamaan antara teori permintaan konvensional dan Islam dalam hal hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Namun, perbedaannya muncul ketika memasuki aspek normatif. Dalam pendekatan konvensional, keputusan konsumsi tidak mempertimbangkan nilai moral, tujuan konsumsi, maupun dampak sosial dari barang yang dikonsumsi (Makin et al., 2023). Selama suatu barang tersedia di pasar dan memiliki nilai guna, barang tersebut dianggap layak untuk dikonsumsi. Berbeda dari pendekatan konvensional, ekonomi

Islam menempatkan aktivitas konsumsi sebagai bagian dari ibadah dan tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama. Al-Qur'an menggunakan istilah *iqtishad* yang bermakna moderat, menekankan pentingnya keseimbangan dan menjauhi pemborosan. Sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Isra' ayat 26-27:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا  
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025)

Ayat ini merupakan penegasan bahwa Allah Swt. melarang perilaku *tabdzir* (boros) dan penggunaan harta secara tidak bertanggung jawab. Selain itu, Islam mengharuskan setiap muslim untuk mengonsumsi barang yang halal dan *thayyib* serta menjauhi barang yang haram atau membahayakan. Hal ini ditegaskan oleh firman Allah Swt dalam QS. An-Nahl ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025)

Dengan adanya prinsip halal-haram, pembahasan permintaan Islami berfokus pada kategori barang halal (*halal-thayyib*), barang haram atau merugikan, komoditas *syubhat*, dan hubungan permintaan antar barang berdasarkan status syariah. Dalam Islam, barang yang haram tidak dianggap sebagai *economic good*. Artinya, permintaan terhadap barang tersebut secara syar'i tidak dibenarkan, meskipun barang itu diminati konsumen atau ditawarkan dengan harga yang murah. Hal ini berbeda dari ekonomi konvensional yang tidak mengenal batasan moral terhadap jenis barang yang ditawarkan di pasar (Makin et al., 2023). Di samping itu, keputusan konsumsi seorang muslim dipengaruhi oleh kategori kebutuhan dalam maqashid al-syariah, yaitu *dharuriyyat* (kebutuhan dasar), *hajiyyat* (pendukung), *tahsiniyyat* (pelengkap). Klasifikasi ini mendorong konsumen untuk memprioritaskan kebutuhan mendesak sebelum kebutuhan pelengkap, sehingga struktur permintaan cenderung lebih moderat dan proporsional (Anggraini et al., 2025).

Islam menekankan bahwa konsumsi tidak boleh berlebihan dan harus memperhatikan kepentingan sosial. Kewajiban seperti zakat, infak, dan sedekah juga memengaruhi pola konsumsi seorang muslim, karena sebagian harta dialokasikan untuk kepentingan sosial. Nilai-nilai ini dapat memengaruhi elastisitas permintaan terhadap berbagai barang, terutama barang-barang yang bersifat mewah atau tidak mendesak (Khairi & Suryadi, 2025).

Secara keseluruhan, teori permintaan Islami memperluas fungsi permintaan dari sekadar hubungan harga-kuantitas menjadi kerangka yang menggabungkan nilai

moral, legalitas syariah, dan tujuan sosial. Dengan demikian, teori permintaan dalam ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada efisiensi konsumsi, tetapi juga pada kemaslahatan dan keberkahan, menjadikan keputusan konsumsi lebih seimbang dan bertanggung jawab.

Sementara itu, konsep penawaran dalam ekonomi Islam tidak lepas dari kaidah dan ketetapan yang Allah Swt. berikan kepada manusia dalam menjalankan kegiatan produksi. Dalam mengelola alam, manusia dituntut untuk menjaga kelestariannya dan tidak merusaknya. Jika kegiatan produksi memberikan manfaat, maka prosesnya harus dilakukan secara halal dan sesuai dengan ketentuan syariah (Mulhadi & Albahi, 2024). Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Ibrahim ayat 32-34:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمْ  
الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْآنْهَرَ  
وَسَخَّرَ لَكُمْ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ وَسَخَّرَ لَكُمْ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ  
وَأَنْتُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعَدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ

“Allahlah yang telah menciptakan langit dan bumi, menurunkan air (hujan) dari langit, lalu dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu. Dia juga telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendak-Nya. Dia pun telah menundukkan sungai-sungai bagimu. Dia telah menundukkan bagimu matahari dan bulan yang terus-menerus beredar (dalam orbitnya) dan telah pula menundukkan bagimu malam dan siang. Dia telah menganugerahkan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sesungguhnya manusia itu benar-benar sangat zalim lagi sangat kufur.” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025)

Ayat ini menegaskan bahwa seluruh sumber daya dan faktor produksi berasal dari Allah Swt. Hal ini memberikan dasar bahwa proses produksi dan penawaran merupakan bagian dari *sunnatullah* (hukum Allah). Oleh karena itu, penawaran dalam Islam harus mengikuti ketentuan syariah, seperti keadilan, keberkahan, dan maslahah. Selain itu, Islam juga menekankan larangan riba, gharar (ketidakjelasan), penipuan dalam kualitas (tadlis), dan manipulasi pasar seperti penimbunan (ihtikar) dan monopoli (Kisman et al., 2024).

Konsep penawaran dalam Islam tidak hanya berfokus pada hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, tetapi juga mempertimbangkan nilai moral dan legalitas syariah. Beberapa prinsip yang membentuk penawaran Islami, yang pertama, adalah legalitas barang, di mana produsen hanya boleh menawarkan barang halal dan *thayyib*. Barang haram tidak dianggap sebagai *economic good* dan secara syar'i tidak dapat diperjualbelikan. Kedua adalah keadilan dalam transaksi, produsen tidak boleh mengurangi takaran, menipu kualitas, atau melakukan manipulasi pasar. Ketiga adalah tanggung jawab sosial produsen, penawaran harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan tidak boleh menimbulkan kerusakan pada lingkungan atau merugikan pihak lain (Mulhadi & Albahi, 2024). Dan yang keempat adalah kualitas

dan keberkahan produk, Islam mendorong produsen untuk menghasilkan barang yang bermanfaat, berkualitas, dan tidak merusak moral atau fisik konsumen.

Berangkat dari prinsip-prinsip ini, penawaran dalam ekonomi Islam tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme penyediaan barang, tetapi juga sebagai instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah. Aktivitas penawaran diarahkan agar selaras dengan *maqashid al-shariah*, sehingga mampu menciptakan masalah sekaligus menjaga keseimbangan pasar secara etis.

Sejalan dengan itu, pasar dalam perspektif Islam tidak hanya dipahami sebagai ruang pertukaran barang dan jasa. Pasar juga berperan sebagai sarana distribusi kekayaan dan instrumen untuk mewujudkan keadilan sosial. Karena itu, keseimbangan pasar tidak cukup ditentukan oleh titik pertemuan antara permintaan dan penawaran. Keseimbangan baru dianggap tercapai jika proses pembentukan harga berlangsung secara adil, transparan, dan bebas dari unsur ketidakjujuran (Saragih et al., 2025).

Islam tidak menolak mekanisme pasar bebas, namun memberikan batasan moral agar pasar tetap berjalan dalam koridor syariah. Prinsip suka sama suka (*an taradin minkum*), transparansi, dan kejujuran menjadi syarat utama terciptanya transaksi yang sah. Larangan terhadap gharar, riba, dan ihtikar berfungsi menjaga pasar dari unsur manipulasi yang dapat merugikan salah satu pihak (Fitria et al., 2022). Konsep ini sesuai dengan hadis Rasulullah Saw ketika beliau menolak menetapkan harga pasar. Beliau bersabda, *“Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan, yang melampangkan, dan yang memberi rezeki...”* (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi). Hadis ini menunjukkan bahwa intervensi dalam penetapan harga harus dihindari, kecuali jika terjadi penyimpangan seperti monopoli atau penimbunan yang menyebabkan kelangkaan barang (Saragih et al., 2025). Selain itu, keseimbangan pasar dalam Islam juga menekankan pentingnya keadilan distribusi. Zakat, infak, dan larangan akumulasi kekayaan pada kelompok tertentu merupakan bentuk kontrol sosial yang mendukung terciptanya keseimbangan pasar yang sehat (Izzati & Faizul, 2025).

Dalam ekonomi Islam, pasar bukan hanya ruang ekonomi untuk transaksi, tetapi juga tempat berlangsungnya muamalah yang harus mencerminkan nilai-nilai etika Islami. Prinsip utama dalam interaksi ekonomi adalah kerelaan bersama, sebagaimana disebut dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025)

Prinsip ini melarang segala bentuk paksaan, penipuan, dan ketidaktahuan dalam transaksi. Oleh karena itu, kejujuran (*sidq*), amanah, dan keadilan (*‘adl*) menjadi nilai dasar yang harus dipatuhi oleh penjual dan pembeli. Dalam praktiknya, penjual harus memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai barang yang dijual, termasuk

kondisi, harga, kualitas, dan kekurangan produk. Rasulullah Saw. memperingatkan, “*Barang siapa menipu kami, maka ia bukan golongan kami.*” (HR. Muslim). Pesan ini menunjukkan larangan terhadap gharar dan tadhlis yang dapat menimbulkan ketimpangan informasi dan merusak keseimbangan pasar (Saragih et al., 2025).

Selain itu, praktik manipulasi harga seperti penimbunan (*ihthikar*), kolusi, atau pengaturan harga sepihak merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip keadilan pasar. Dalam sejarah Islam, Nabi Muhammad Saw menolak intervensi harga jika pasar berjalan secara normal, tetapi juga melarang penimbunan yang menyebabkan kenaikan harga yang tidak wajar. Hal ini ditegaskan dalam sebuah hadis, “*siapa yang menimbun makanan selama empat puluh malam, maka ia jauh dari Allah dan Allah pun jauh darinya*” (HR. Ahmad). Etika pasar ini berfungsi melindungi konsumen, pelaku usaha kecil, dan masyarakat dari eksploitasi. Oleh karena itu, mekanisme pasar dalam ekonomi Islam dirancang untuk mewujudkan maslahah (kesejahteraan bersama), bukan hanya keuntungan pribadi. Dalam praktiknya, nilai-nilai etika seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan kerelaan menjadi fondasi utama tercapainya pasar yang stabil dan berkelanjutan (Rusdi & Widiastuti, 2020). Jika etika ini diterapkan secara konsisten, maka pasar akan menjadi tempat yang adil dan harmonis, serta memberikan kemanfaatan bagi seluruh pelaku ekonomi, baik produsen, konsumen, maupun masyarakat secara luas.

Keseimbangan pasar dalam Islam dipengaruhi langsung oleh perilaku permintaan dan penawaran yang sesuai syariah (Amir, 2025). Dari sisi permintaan, konsumen dianjurkan membeli barang halal, tidak berlebihan, serta mengutamakan kebutuhan dasar. Prinsip ini membantu menjaga permintaan agar tetap proporsional dan tidak menimbulkan lonjakan harga yang tidak wajar (Elvira, 2015). Dari sisi penawaran, produsen diwajibkan jujur dalam kualitas, kuantitas, dan informasi barang. Proses produksi harus halal dan tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat atau lingkungan (Mulhadi & Albahi, 2024). Penawaran yang dilakukan dengan ketentuan syariah menciptakan transparansi dan mengurangi risiko penyimpangan harga. Apabila kedua sisi, baik permintaan dan penawaran berjalan dalam koridor syariah, maka pasar akan mencapai keseimbangan Islami, yaitu kondisi di mana harga terbentuk secara alami, adil, dan membawa kemaslahatan. Peran negara sebagai lembaga hisbah berfungsi memastikan agar tidak ada pelanggaran etika yang merusak stabilitas pasar (Sya’diah, 2021).

Adapun implikasi hal ini pada tingkat teori menunjukkan bahwa model Islam memperluas kerangka analisis ekonomi yang sebelumnya hanya bertumpu pada rasionalitas dan efisiensi. Ekonomi Islam mendefinisikan ulang *economic goods* berdasarkan legalitas syariah; mengganti tujuan utilitas menjadi maslahah dan keberkahan; memadukan perilaku ekonomi dengan maqashid al-syariah; serta menolak asumsi pasar sebagai entitas bebas nilai. Dengan demikian, teori permintaan dan penawaran Islami menegaskan bahwa aspek moral bukan tambahan, tetapi bagian integral dari analisis pasar.

Pada tingkat praktis, implikasinya sangat signifikan. Bagi konsumen di antaranya adalah pola konsumsi menjadi lebih selektif, dan etis; permintaan terhadap barang halal meningkat, sedangkan barang haram atau tidak etis menurun; perilaku konsumsi menjadi lebih bertanggung jawab dan tidak konsumtif (Rahmita et al., 2023). Sementara itu bagi produsen, etika bisnis menjadi daya saing utama dalam pasar Islami; produsen wajib menjaga kualitas, kejujuran, dan transparansi informasi; manipulasi pasar seperti penimbunan dan pengurangan timbangan dilarang keras; proses produksi harus bebas dari riba, gharar, maupun eksploitasi (Zulfi, 2019). Implikasi praktis ini membentuk ekosistem pasar yang lebih sehat, stabil, dan berkelanjutan.

Dalam ekonomi Islam, negara mempunyai peran penting dalam mengawal moralitas dan kelancaran pasar. Implikasinya adalah negara wajib melakukan pengawasan melalui lembaga *hisbah*, terutama saat terjadi penyimpangan seperti kartel dan monopoli (Sari et al., 2025). Intervensi harga diperbolehkan untuk menjamin keadilan distribusi, terutama pada kebutuhan pokok; regulasi halal, perlindungan konsumen, dan standar kualitas menjadi alat kebijakan utama; penguatan sistem zakat, infak, dan sedekah mendukung distribusi yang adil (Fahmi et al., 2024). Dengan kebijakan ini, struktur pasar Islami mampu mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa teori permintaan dan penawaran konvensional memiliki keterbatasan mendasar dalam menjelaskan dinamika pasar kontemporer yang semakin kompleks, distorsif, dan dipengaruhi faktor non-ekonomi seperti perilaku non-rasional, teknologi digital, spekulasi, dan ketidakseimbangan informasi. Asumsi rasionalitas sempurna, utilitas maksimum, serta mekanisme pasar bebas terbukti tidak cukup menggambarkan fenomena seperti penimbunan, manipulasi harga, kelangkaan buatan, dan konsumsi berlebih. Kritik para pemikir ekonomi Islam klasik maupun penelitian modern menguatkan bahwa pasar memerlukan kerangka nilai yang mampu mengoreksi ketidakseimbangan tersebut.

Reformulasi teori permintaan dan penawaran dalam perspektif Islam menawarkan alternatif yang lebih komprehensif dengan menempatkan prinsip halal-haram, masalah, keadilan, dan amanah sebagai inti mekanisme pasar. Permintaan Islami diarahkan pada konsumsi yang etis dan moderat, sementara penawaran Islami menekankan kehalalan proses, kejujuran, dan larangan praktik distorsif seperti ihtikar dan gharar. Keseimbangan pasar dalam Islam dibangun tidak hanya atas efisiensi harga tetapi juga atas nilai moral dan pengawasan *hisbah*. Dengan demikian, pendekatan ekonomi Islam mampu menghasilkan model pasar yang lebih berkeadilan, stabil, dan relevan bagi tantangan ekonomi modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. M. N. A. (2025). Teori Permintaan dan Penawaran dalam Islam. *Tijarah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, 2(2), 119–128. <https://litera-academica.com/ojs/tijarah/>
- Anggraini, R., Anisa, R. D., Putriani, E., Rahmawati, L., Prasetyo, A., & Hidayati, A. N. (2025). Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(12), 1032–1039. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i12.3727>
- Beik, I. S., Arif, M. N. R. Al, Herianingrum, S., & Hasanah, A. (2022). *Ekonomi Mikro Islam* (A. Sakti & Nurzama, Eds.; 1st ed.). Bank Indonesia, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, Perguruan Tinggi.
- Effendi, S. (2021). Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 26–35. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v1i2.3442>
- Elvira, R. (2015). Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Jurnal Islamika*, 15(1), 47–60.
- Fahmi, A. S. R., Dakum, & Asari, A. (2024). Ibn Khaldun's Theory of Supply and Demand and Its Relevance to Pricing Policy in Indonesia. *Al-Muamalat: Journal of Islamic Economic Law*, 8, 59–67. <https://doi.org/10.21111/muamalat.v8i1.14591>
- Fitria, M., Mukhlas, Moh., Lestari, R. N. W., & Nurhaliza, R. P. (2022). Kredit Barang Rumah Tangga Prespektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Antologi Hukum*, 2(2), 288–300. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v2i2.1327>
- Izzati, N. N., & Faizul, M. (2025). Islamic Philanthropy and the Qur'anic Approach to Scarcity: Wealth Redistribution as a Solution. *JIEP: Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 7(4), 223–237. <https://doi.org/10.21111/jiep.v7i4.13209>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). *Al-Qur'an Online*. <https://quran.kemenag.go.id>
- Khairi, M. F., & Suryadi, N. (2025). Dampak Nilai-Nilai Islam terhadap Elastisitas Permintaan dan Penawaran Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 16097–16100.
- Kisman, Parakkasi, I., & Sudirman. (2024). Teori Permintaan dan Penawaran Secara Konvensional dan Islam Beserta Kurvanya. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 180–192.
- Makin, B. A., Muna, N. El, & Ashlihah. (2023). Teori Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvensional. *Istismar: Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1).

- Mashuri. (2019). Analisis Permintaan dengan Pendekatan Masalah. *Jurnal Balanca*, 1(1), 92-109.
- Mulhadi, I., & Albahi, M. (2024). Teori Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Economic Reviews Journal*, 3(4). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.612>
- Rahmita, F., Purwaningsih, S., Sari, W. G., Rawati, M., & Effendy, Y. (2023). Teori Permintaan (Demand) dan Substitusi Efek Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2(1), 246-258.
- Rusdi, F., & Widiastuti, T. (2020). Rancangan Kebijakan Harga di Pasar: Telaah atas Pemikiran Ibnu Khaldun dan Ibnu Taimiyyah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(9), 1755-1769. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20209pp1755-1769>
- Saragih, F. M., Prasetya, M. D. A., & Hasibuan, R. R. A. (2025). Konsep Keseimbangan Pasar Dalam Ekonomi Mikro Islam: Antara Teori dan Realita. *Ekonom: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 38-43.
- Sari, M. N., Wismayarni, R., & Zefriyenni. (2025). Analisis Konseptual Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro: Sebuah Studi Literatur. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(3), 6908-6917. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i3.4070>
- Sya'diah, A. N. (2021). Teori Keseimbangan Umum dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 3(2), 59-74.
- Zahara, V. M., & Anwar, C. J. (2021). *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)* (R. R. Rerung, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Media Sains Indonesia. [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)
- Zulfi, Y. (2019). Teori Penawaran Islami. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1(2), 275-286.