Resiliensi
Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia
P-ISSN XXXX, E-ISSN XXXX

Analisis Perkembangan Teori Permintaan, Penawaran, Dan Keseimbangan Pasar

ABSTRACT *- This study presents a comprehensive systematic literature review on the theory of demand, supply, and market equilibrium mechanisms, focusing on the comparison between conventional and Islamic economic perspectives. Thirty articles were analyzed from the Sinta database, which underwent a rigorous selection and review process. This article demonstrates that in conventional economics, the interaction between demand and supply is driven by the price mechanism and the pursuit of material satisfaction. However, from an Islamic perspective, this mechanism must be based on the values of monotheism, justice, and morality, where consumers are required to prioritize halal goods and avoid excess (israf), while producers are prohibited from hoarding goods (ihtikar). Market equilibrium in Islam is achieved when prices reflect fairness for both parties (thaman al-mithl). This article concludes that although market mechanisms respect individual freedom, authority intervention (al-hisbah) is necessary when market distortions occur to ensure equitable welfare and prosperity for society in this world and the hereafter.*

ABSTRAK - Studi ini menyajikan analisis sistematic literature review yang komprehensif tentang teori permintaan, penawaran dan mekanisme keseimbangan pasar, dengan memfokuskan kepada perbandingan antara perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Sebanyak 30 artikel dianalisis berasal dari basis data sinta yang seleksi dan prosedur tinjauan ketat. Artikel ini menunjukkan bahwa dalam ekonomi konvensional, interaksi antara permintaan dan penawaran didorong oleh mekanisme harga dan pencapaian kepuasan materi. Namun, dalam perspektif Islam, mekanisme tersebut harus berpijak pada nilai-nilai tauhid, keadilan, dan moralitas, di mana konsumen wajib memprioritaskan barang halal serta menghindari sikap berlebih-lebihan (*israf*), sementara produsen dilarang melakukan praktik penimbunan barang (*ihtikar*). Keseimbangan pasar dalam Islam tercapai ketika harga yang terbentuk mencerminkan keadilan bagi kedua belah pihak (*thaman al-mithl*). Artikel ini menyimpulkan bahwa meskipun mekanisme pasar menghargai kebebasan individu, intervensi otoritas (*al-hisbah*) diperlukan apabila terjadi distorsi pasar guna menjamin kemaslahatan umat dan kesejahteraan yang berkeadilan di dunia maupun akhirat.

Author

[1] **Felicia Nursa'adah**, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[2] **Raja Saka Sea Berutu**, UIN Sumatera Utara, Indonesia

*[*1]Corresponding email:* felicia03082006@gmail.com

Article History

Submitted: 03 Mei 2026
Revised: 06 Mei 2026
Accepted: 20 Mei 2026
Published: 20 Mei 2026

Keywords

Permintaan, Penawaran, Keseimbangan Pasar, Teori

PENDAHULUAN

Keseimbangan pasar yang tercipta melalui pertemuan permintaan dan penawaran ini harus mencerminkan harga yang adil (*thaman al-mithl*), sebuah konsep yang menurut Ibnu Taimiyah merupakan hasil dari interaksi alami pasar yang bebas dari kezaliman. Sejalan dengan itu, Al-Ghazali menekankan bahwa pasar berfungsi sebagai sarana distribusi kebutuhan hidup yang harus dijaga moralitasnya, sementara pakar kontemporer seperti Umer Chapra menegaskan perlunya filter moral agar alokasi sumber daya tidak hanya berpihak pada pemilik modal. Dengan demikian, mekanisme pasar dalam islam adalah sistem yang menghargai kebebasan individu namun tetap memberikan ruang bagi intervensi otoritas *(al-hisbah*) jika terjadi penyimpangan, demi menjamin kesejahteraan umat secara berkeadilan di dunia dan akhirat (M.A. Harahap, 2023). Menurut Ibnu Taimiyyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fi al-syai',* diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta.

Secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada prinsip-prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya. Islam mengharuskan orang untuk mengkonsumsi barang yang halal dan thayyib Permintaan (demand) dalam ekonomi konvensional didefinisikan sebagai keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Permintaan digerakkan oleh faktor-faktor seperti harga barang, pendapatan, selera, serta harga barang substitusi dan komplementer. Penawaran dalam ekonomi konvensional merujuk pada jumlah barang atau jasa yang siap ditawarkan oleh produsen pada berbagai tingkat harga (Siregar et al., 2023).

Dinamika ekonomi global saat ini menghadapi tantangan besar terkait ketimpangan kesejahteraan dan krisis etika dalam sistem pasar modern yang cenderung mengabaikan dimensi kemanusiaan. Fenomena ini memicu urgensi untuk menggali kembali pemikiran ekonomi klasik, ditemukan bahwa pemikiran ekonomi Ibnu Khaldun dalam Muqaddimah memiliki relevansi yang tinggi terhadap teori dan realitas ekonomi masa kini. Ibnu Khaldun tidak hanya meletakkan dasar-dasar teori ekonomi yang mendalam, tetapi juga menekankan pentingnya hubungan erat antara aspek sosial, politik, dan ekonomi. Gagasannya mencerminkan pandangan yang holistik dan jauh melampaui zamannya, sehingga dapat digunakan untuk menjawab persoalan ketimpangan sosial, stagnasi ekonomi, hingga krisis etika dalam sistem ekonomi modern (Septianingrum et al., 2025).

Penulis tertarik mengangkat tema ini karena melihat adanya perbedaan antara teori ekonomi konvensional yang sering memisahkan nilai moral dari aktivitas ekonomi dengan kenyataan sosial yang terjadi di masyarakat. Melalui pemikiran Ibnu Khaldun, penulis ingin memahami bagaimana nilai keadilan, etika, dan peran negara dapat membantu menciptakan sistem ekonomi yang lebih stabil dan berpihak kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukkan bahwa pemikiran

para intelektual Muslim klasik memiliki kontribusi besar dalam perkembangan ilmu ekonomi, bahkan banyak gagasannya masih sesuai untuk diterapkan dalam menghadapi tantangan ekonomi saat ini.

Di era modern sekarang, sistem ekonomi yang terlalu berfokus pada keuntungan sering kali menimbulkan persaingan tidak sehat, kesenjangan sosial, dan berkurangnya rasa keadilan dalam masyarakat. Oleh karena itu, pemikiran Ibnu Khaldun menjadi penting untuk dipelajari kembali karena menawarkan pandangan ekonomi yang lebih seimbang antara kepentingan individu, masyarakat, dan negara. Dengan pendekatan yang lebih manusiawi dan berlandaskan etika, konsep ekonomi Ibnu Khaldun diharapkan dapat menjadi salah satu solusi dalam menciptakan pembangunan ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh

METODOLOGI

Studi yang dilakukan untuk menyoroti peran penting teori permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar. Tujuan studi ini adalah untuk menelusuri arus utama tema dan perkembangan terkini dalam teori ekonomi mikro, khususnya terkait dinamika permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar, baik di negara maju maupun negara berkembang. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pemikiran dan kebijakan terkini, serta menyesuaikannya agar selaras dengan fokus penelitian pada perubahan global yang signifikan dalam kondisi ekonomi dan sosial.

Melakukan pencarian dengan menggunakan kata kunci “Permintaan, Penawaran dan Keseimbangan Pasar” mengumpulkan artikel ilmiah yang relevan mengenai topik spesifik ini, mengonsolidasikan temuan-temuan utama, dan menyajikannya untuk memanfaatkan bidang pendidikan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan bagi semua orang. Tahap kedua, melakukan pemilahan terhadap fokus pembahasan dalam artikel, dengan hanya memilih artikel yang berfokus terhadap tema yang berkaitan dengan permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar berkelanjutan. Sebanyak 40 artikel berhasil dikumpulkan,selanjutnya dilakukan evaluasi kriteria artikel dengan 30 artikel yang memenuhi kriteria. Tahap selanjutnya mengklasifikasi artikel terkait menentukan arah baru penelitian teori permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar berkelanjutan dengan mengajukan pertanyaan penelitian yang dikaji adalah:

1) Apa definisi teori permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar dalam perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi islam?
2) Bagaimana penerapan hukum permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar dalam perspektif ekonomi konvensional?
3) Bagaimana proses terjadinya keseimbangan pasar (ekuilibrium) dan faktor apa saja yang dapat menyebabkan pergeseran titik keseimbangan tersebut?
4) Apa saja bentuk distorsi pasar yang dapat merusak keseimbangan dan bagaimana solusi atau peran otoritas (al-hisbah) dalam menanggulangi gangguan tersebut menurut ekonomi Islam?

Tinjauan sistematis ini menerapkan pr otokol khusus untuk mencari dan menganalisis secara kritis literatur yang ada (Leonidou et al., 2020). Untuk cakupan yang komprehensif, kami mengikuti prosedur yang mencakup enam langkah yang disajikan

secara analitis dalam artikel ini: (1) perumusan pertanyaan, (2) pendefinisian protokol tinjauan, (3) analisis deskriptif hasil, (4) analisis tematik hasil, (5) implikasi teoretis dan praktis, dan, (6) kesimpulan dan arah untuk penelitian di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Permintaan Dan Penawaran

Konsep permintaan dan penawaran merupakan pilar utama ilmu ekonomi yang berhubungan dengan pertukaran barang dan jasa. Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang direncanakan akan dibeli pada periode dan pada periode waktu tetentu pada berbagai tingkat harga. Dalam konteks ekonomi konvensional, permintaan dipengaruhi oleh harga dan preferensi konsumen. Penurunan harga akan meningkatkan jumlah barang yang diminta, sedangkan kenaikan harga akan menurunkan permintaan (Anggraini et al., 2024). Namun dalam ekonomi islam, permintaan harus memenuhi kebutuhan primer dan bukan hanya nafsu semata. Islam dapat menilai suatu komoditi tidak semuanya bisa untuk dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara yang halal maupun yang haram sebagaimana yang dituangkan dalam surat Al-Maidah ayat 87-88. Dalam arti jangan mengharamkan yang sudah Allah halalkan, jangan berlebihan dalam agama, menggunakan rezeki dengan cara yang halal dan baik. Permintaan islam bertujuan untuk mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan akhirat 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(Simatupang et al., 2025).

Penawaran adalah keseluruhan jumlah barang atau jasa yang penjual ingin tawarkan pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar dalam satu periode tertentu. Penawaran akan terjadi jika para penjual dapat menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen (Anitatitu et al., 2023). Dalam kegiatan ekonomi konvensional, produsen biasanya akan menyesuaikan jumlah barang yang mereka tawarkan berdasarkan harga yang berlaku di pasar.

Jika harga barang meningkat, produsen cenderung akan menambah jumlah produksi agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, jika harga barang menurun, produsen mungkin akan mengurangi jumlah produksi karena keuntungan yang diperoleh juga berkurang. Secara ekonomi islam, penawaran barang atau jasa harus ditawarkan dalam transparan dan dirinci spesifikasinya, bagaimana keaadaan barang tersebut, apa kelebihan dan kekurangan barang tersebut. Jangan sampai penawaran yang dilakukan dapat merugikan pihak yang mengajukan permintaan(Febriyanti et al., 2026).

Hukum Permintaan Dan Penawaran

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, sebaliknya makin tinggi harga suatu komoditas maka akan semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta dengan asumsi faktor lain konstan atau ceteris paribus (Elvira, 2015). Ceteris paribus, berarti faktor-faktor lain dianggap tetap atau tidak berubah. Faktor-faktor yang dimaksud seperti pendapatan konsumen, selera masyarakat, jumlah penduduk, harga barang pengganti, dan harga barang pelengkap. Jadi, hukum permintaan hanya berlaku apabila faktor-faktor tersebut tidak mengalami perubahan. Sebagai contoh,

jika harga beras di pasar turun, maka biasanya masyarakat akan membeli beras dalam jumlah yang lebih banyak. Namun jika harga beras naik, masyarakat cenderung akan mengurangi pembelian atau mencari alternatif makanan lain.

Hukum Penawaran menjelaskan bahwa ketika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang ditawarkan meningkat. Jika harga suatu barang menurun, maka jumlah barang yang ditawarkan menurun. Hukum ini menyatakan bahwa ada hubungan positif antara tingkat harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi harga maka semakin besar keuntungan yang diperoleh produsen, sehingga produsen akan menawarkan lebih banyak produknya. Harga yang mahal membuat produsen beranggapan bahwa produk tersebut terbatas pasokannya di pasaran, padahal permintaan konsumen tinggi (Mulhadi & Albahi, 2024). Sebagai contoh, jika harga cabai di pasar meningkat tajam, para petani biasanya akan berusaha menanam atau menjual cabai lebih banyak. Hal ini dilakukan karena harga yang tinggi memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan ketika harga cabai sedang rendah.

Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sebagai berikut:

a. Kebutuhan atau keinginan masyarakat terhadap suatu produk senantiasa beragam dan dinamis. Ketika permintaan produk tersebut semakin tinggi, maka kebutuhan masyarakat juga ikut bertambah.

b. Jumlah orang yang tertarik pada barang tersebut: Peminat barang jika jumlah tersebut meningkat, harga barang akan naik.

c. Kualitas pembeli (al-mu'awid): Salah satu tanda kualitas pembeli yang baik dapat dilihat dari tingkat pendapatannya; semakin tinggi pendapatannya, semakin banyak orang yang berminat untuk membeli.

d. Kebutuhan suatu barang yang lemah atau kuat. Jumlah permintaan suatu barang meningkat seiring dengan kebutuhannya.

e. Metode pembayaran: tunai atau angsuran. Permintaan biasanya lebih tinggi jika barang tersebut dibeli secara tunai.

f. Besarnya biaya transaksi: Biaya transaksi yang rendah akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran sebagai berikut:

a. Biaya dan teknologi: Keduanya terkait erat. Jika sistem ekonomi konvensional beroperasi, yang dimaksud biaya, adalah biaya yang terlibat dalam produksi barang dan jasa, termasuk biaya bahan baku dan tenaga kerja. Teknologi adalah penemuan dan kemajuan teknologi yang digunakan untuk mengurangi biaya produksi, seperti robot dan komputer.

b. Jumlah penjual: Semakin banyak penjual, semakin besar penawaran yang tersedia karena penjual tersebut dapat menjual pada tingkat harga tertentu.

c. Dugaan tentang masa depan: Dugaan tentang bagaimana harga barang akan berubah. Misalnya, penjual akan mengurangi penawaran jika mereka percaya harga produk akan meningkat di masa depan. Akibatnya, jumlah penawaran

telah berkurang. Nabi melarang perilaku ini karena akan mengakibatkan kenaikan harga pasar.

d. Keadaan alam: Keadaan alam seperti banjir, gempa bumi, dan sebagainya. Dapat menyebabkan penawaran produk berkurang, tertentu terutama produk pertanian (Ash-shiddiqy, 2025).

Dapat disimpulkan, permintaan dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat, jumlah peminat, pendapatan pembeli, tingkat kebutuhan terhadap barang, metode pembayaran, dan biaya transaksi. Sedangkan penawaran, dipengaruhi oleh biaya produksi dan teknologi, jumlah penjual, perkiraan harga di masa depan, serta kondisi alam. Semua faktor tersebut dapat menyebabkan jumlah barang yang diminta atau ditawarkan di pasar meningkat atau menurun.

Tabel/Skala Permintaan Dan Penawaran

a. Permintaan

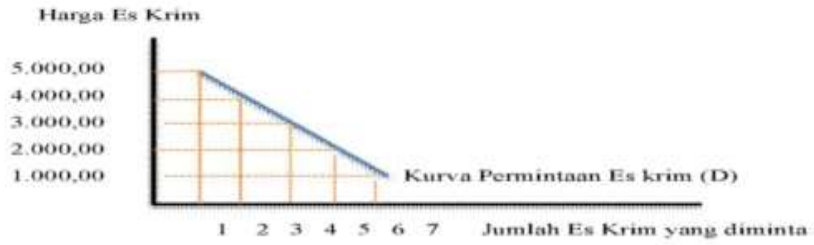
Contoh: Bu Ani memiliki uang sebesar Rp20.000,00 akan digunakan untuk membeli es krim yang harga per buah sebesar Rp5.000,00, maka Bu Ani akan mendapatkan es krim sebanyak 4 buah. Akan tetapi, ketika harga naik menjadi sebesar Rp10.000,00 per buah, maka Bu Ani akan mendapatkan es krim menjadi sebanyak 2 buah.

Berikut ini contoh hubungan antara permintaan es krim dengan harga es krim yang dapat dilihat pada table:

Tabel 1: Permintaan

Harga Es Krim (Rp)	Jumlah Es Krim yang diminta (buah)
5.000,00	1
4.000,00	2
3.000,00	3
2.000,00	4
1.000,00	5

Kemudian dibuat grafik akan diperoleh kurva permintaan sebagai berikut.



Gambar 1: Kurva Permintaan

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa sumbu horizontal menunjukkan jumlah atau banyaknya es krim yang diminta konsumen dan sumbu vertical, menunjukkan harga es krim. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa hubungan antara harga es krim dengan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan yang negative. Hal ini dapat dilihat dari kemiringan garis permintaan yang dimulai dari kiri atas ke kanan bawah.

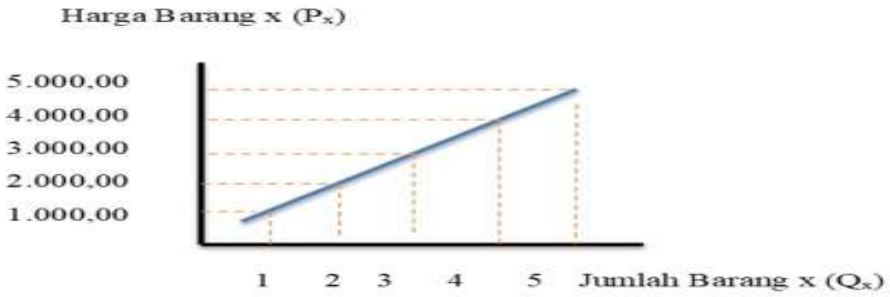
b. Penawaran

Semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah barang yang ditawarkan akan semakin banyak. Contohnya harga barang x sebesar Rp5.000,00, maka jumlah barang x yang ditawarkan penjual sebanyak 5 unit. Ketika harga turun menjadi Rp4.000,00 per unit, maka jumlah barang yang ditawarkan penjual akan turun menjadi 4 unit dan seterusnya. Di bawah ini, menunjukkan hubungan antara jumlah es krim yang dijual atau ditawarkan dengan harga es krim (Basmar et al., 2024).

Tabel 2: Penawaran

Harga Es Krim (Rp)	Jumlah Es Krim yang Ditawarkan (Unit)
5.000,00	5
4.000,00	4
3.000,00	3
2.000,00	2
1.000,00	1

kemudian dibuat grafik akan diperoleh kurva permintaan sebagai berikut.



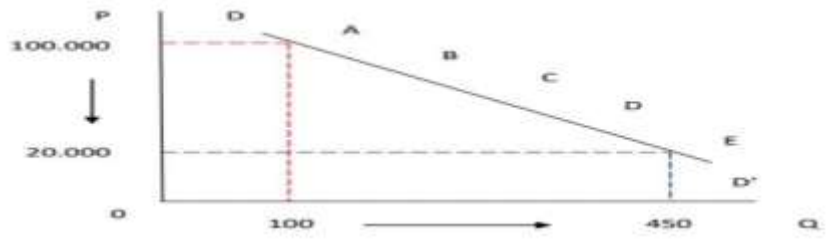
Gambar 2: Kurva Penawaran

Pada umumnya kurva penawaran digambarkan dari kiri bawah ke kanan atas.

Kurva Permintaan Dan Penawaran

a. Kurva Permintaan

Pada dasarnya, teori permintaan adalah teori yang menjelaskan hubungan atau keterkaitan antara jumlah permintaan terhadap suatu barang dengan harga barang tersebut (Pandriadi et al., 2023). Jika hubungan antara keduanya tersebut digambarkan dalam sebuah grafik maka grafik tersebut kita kenal dengan istilah kurva permintaan (demand curve).



Gambar 3: Kurva Permintaan

Pada Gambar di atas, kurva permintaan ditunjukkan oleh garis DD' yang bergerak dari kiri atas ke kanan bawah. Sepanjang kurva permintaan tersebut terdapat beberapa

kombinasi nilai P dan nilai Q yang tercermin dari titik A, B, C, D dan E. Setiap titik menunjukkan kondisi yang berbeda baik untuk tingkat harga (P) maupun kuantitasnya (Q). Pada titik A misalnya yang menggambarkan pada tingkat harga Rp.100.000 maka permintaan terhadap barang X adalah 100 unit, atau titik E yang menggambarkan bahwa pada saat harga turun menjadi Rp.20.000 maka kuantitas permintaan akan naik menjadi 450 unit.

Dalam menganalisis permintaan perlu diketahui perbedaan antara "permintaan dengan jumlah barang yang diminta". Kata "permintaan" dapat diartikan sebagai interaksi antara harga dengan jumlah permintaan secara keseluruhan. Sementara itu, "jumlah barang yang diminta" didefinisikan sebagai berapa banyak barang yang diminta pada harga tertentu dan kurun waktu tertentu.

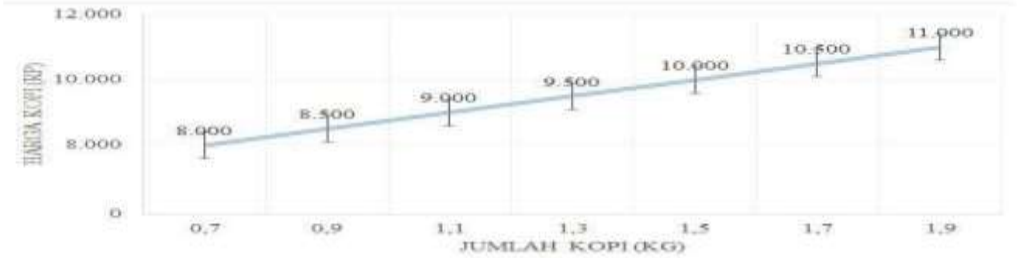
b. Kurva Penawaran

Kurva Penawaran, Saat jumlah harga naik maka penawaran barang akan meningkat, maka dapat dikatakan bahwa penawaran dan tingkat harga mempunyai hubungan secara positif, hubungan antara penawaran dan harga berlaku untuk semua jenis barang dan jasa dalam perekonomian (Venny & Asriati, 2022). Berikut contoh kasus yang akan menggambarkan kurva penawaran, barang yang akan ditawarkan adalah Kopi.

Tabel 3: Penawaran

Harga Kopi (dalam Rupiah)	Jumlah Kopi (dalam Kilogram)
7.500	0,5
8.000	0,7
8.500	0,9
9.000	1,1
9.500	1,3
10.000	1,5
10.500	1,7
11.000	1,9

Menunjukan menggunakan angka-angka dalam tabel untuk menggambarkan hukum penawaran. Terdapat kesesuaian antara angka ditabel dengan hukum 9 permintaan bahwa sumbu horizontal menunjukan Quantity dan sumbu vertikal menunjukan Price. Garis yang menghubungkan Quantity dan Price disebut dengan Kurva Penawaran (Supply Curve).



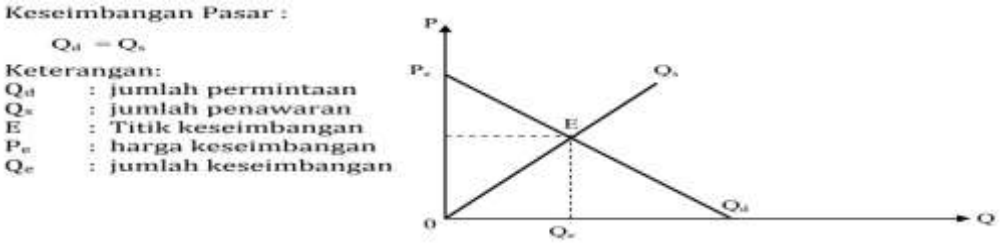
Gambar 4: Kurva Permintaan

Menunjukkan jumlah penawaran oleh seorang produsen kopi pada macam-macam tingkat harga. Pada saat harga kopi Rp 7.500/ons, produsen hanya menawarkan produknya sedikit, tetapi pada saat harga meningkat menjadi Rp 11.000/ons maka penawaran yang dilakukan produsen semakin meningkat.

Ekuilibirium Pasar

Ekuilibirium atau keseimbangan ekonomi adalah keadaan dunia di mana kekuatan ekonomi yang seimbang dan tidak adanya pengaruh eksternal, (keseimbangan) nilai dari variabel ekonomi tidak akan berubah. Ini adalah titik di mana kuantitas yang diminta dan kuantitas yang ditawarkan sama(Basuki 2019). Kesetimbangan pasar, misalnya, mengacu pada suatu kondisi dimana harga pasar yang dibentuk melalui kompetisi seperti bahwa jumlah barang atau jasa yang dicari oleh pembeli adalah sama dengan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan oleh penjual. Pasar suatu macam barang dikatakan berada dalam keseimbangan (equilibrium) apabila jumlah barang yang diminta di pasar tersebut sama dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Jika di buat dengan secara matematik dan grafik hal ini ditunjukkan dengan kesamaan Qd = Qs, yakni pada perpotongan kurva permintaan dengan kurva penawaran. Pada posisi keseimbangan pasar ini tercipta harga keseimbangan (equilibrium price) dan jumlah keseimbangan (equilibrium quantity).



Gambar 5: Kurva Keseimbangan Pasar

Harga keseimbangan adalah tingkat harga dimana jumlah suatu komoditi yang ingin dibeli oleh konsumen dalam suatu saat tertentu tepat sebanding atau sama dengan jumlah penawaran yang ingin ditawarkan oleh para produsen. Pada tingkat harga yang lebih tinggi jumlah barang yang diminta akan lebih sedikit daripada jumlah yang ditawarkan. Akibatnya terjadi kelebihan (surplus) yang akan menekan harga ke arah tingkat keseimbangan. Ditingkat harga yang berada dibawah tingkat keseimbangan, jumlah barang yang diminta melebihi jumlah yang ditawarkan. Maka akibat yang ditimbulkan yakni kekurangan (shortage) akan mendorong harga naik menuju tingkat keseimbangan. Jadi harga keseimbangan, sekali dicapai akan cenderung bertahan (Iftihor et al., 2022).

Tabel 4: Harga, Permintaan dan Penawaran Beras

Tabel Harga, Permintaan dan Penawaran Beras

Harga	Jumlah Permintaan	Jumlah penawaran	Surplus (+)/ Defisit (-)	Tekanan pada Harga
10	2,000	10,000	8,000	Kebawah
9	3,000	9,000	6,000	Kebawah
8	4,000	8,000	4,000	Kebawah
7	5,000	7,000	2,000	Kebawah
6	6,000	6,000	0	Imbang
5	7,000	5,000	-2,000	keatas
4	8,000	4,000	-4,000	keatas
3	9,000	3,000	-6,000	keatas
2	10,000	2,000	-8,000	keatas
1	11,000	1,000	-10,000	keatas

Dilihat dari tabel diatas, pada tingkat harga beras 8 per unit, jumlah beras yang diminta adalah 4.000 unit. Jumlah ini lebih sedikit dari penawaran yang ada yaitu

sebanyak 8.000 unit sehingga menimbulkan surplus beras 4,000 unit. Surplus dari beras yang tidak terjual ini menekan harga kebawah menuju tingkat keseimbangan. Pada ekstrim yang berlawanan, tingkat harga 2 per unit akan memperbanyak permintaan menjadi 10,000 unit, sedang penawaran 2000 kati dan kekurangan 8.000 unit yang selanjutnya akan mendorong harga naik menuju tingkat keseimbangan. Hanya pada harga 6 lah terjadi kesamaan antara permintaan dan penawaran dan tidak ada tekanan tekanan terhadap harga yang berubah.

Contoh: Fungsi permintaan akan suatu barang ditunjukkan oleh persamaan P = 25 – Q, sedangkan penawarannya P = -5 + 0,5 Q. Berapa harga keseimbangan dan jumlah keseimbangan yang tercipta di pasar?

Penyelesaian :

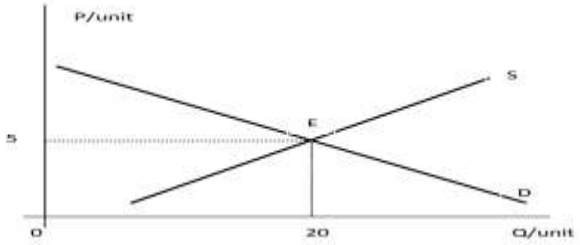
Permintaan : $P = 25 - Q \longrightarrow Q = 25 - P$
Penawaran : $P = -5+0{,}5Q \longrightarrow Q = 10 + 2P$
Keseimbangan Pasar : $Q_d = Q_s$

$25 - P = 10 + 2P$
$15 = 3P$
$P = 5$

$Q = 25 - P$
$= 25 - 5 = 20$

Jadi, $P_e = 5$
$Q_e = 20$

P	Qd	Qs
1	24	12
2	23	14
3	22	16
4	21	18
5	**20**	**20**
6	19	22
7	18	24
8	17	26
9	16	28
10	15	30



Gambar 6: Harga dan Jumlah Keseimbangan

Kasus Perubahan Keseimbangan Pasar

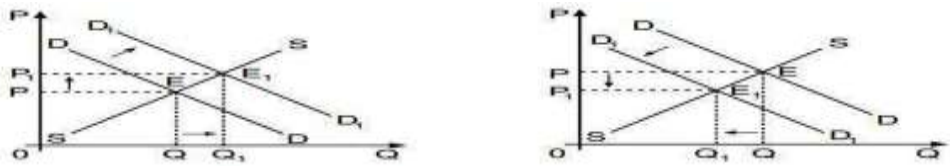
Dalam konsep permintaan dan penawaran telah kita pahami bahwa ketika harga mengalami peningkatan maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jumlah yang ditawarkan akan naik. Kondisi ini merupakan penyesuaian harga yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam sebuah pasar barang. Untuk itu, dalam bagian ini akan dibahas bagaimana mekanisme penentuan harga dan penyesuaian penjual dan pembeli dalam menciptakan keseimbangan pasar.

Harga dan jumlah barang yang diperjual belikan di pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karenanya, analisis penentuan harga dan jumlah barang yang diperjual belikan di suatu pasar, harus berdasarkan analisis permintaan dan penawaran barang tersebut secara serentak. Harga pasar atau harga keseimbangan adalah tingkat harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual sama dengan jumlah barang yang diminta oleh para pembeli. Pengembangan dalam proses produksi dapat mengurangi biaya, sehingga produsen dapat menawarkan harga yang lebih rendah tanpa mengorbankan margin keuntungan mereka. Ini menjadi penting dalam menentukan harga keseimbangan, karena harga pasar akan menyesuaikan dengan biaya produksi yang lebih rendah. Namun, penurunan penawaran akibat gangguan rantai pasok atau bencana alam dapat menyebabkan harga keseimbangan naik. Ketika pasokan barang berkurang, tetapi permintaan tetap atau meningkat, maka akan terjadi tekanan pada harga untuk naik (Lubis et al., 2024)

Contoh kasus perubahan keseimbangan pasar:

a. Pergeseran Kurva Permintaan

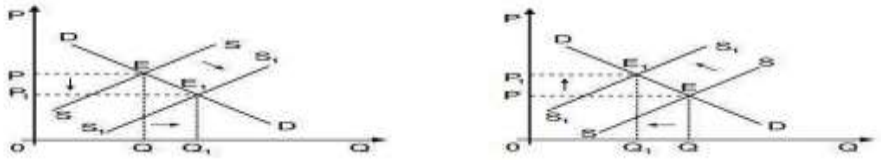
Pada saat jumlah barang yang diminta bertambah, kurva permintaan bergeser dari garis DD ke D1D1. Titik keseimbangan bergeser dari titik E ke titik E1. Perubahan tersebut menyebabkan harga bergeser dari P ke P1 dan jumlah barang yang diminta bergeser dari Q ke Q1. Pada saat jumlah barang yang diminta menurun atau berkurang, kurva permintaan bergeser dari garis DD ke D1D1. Titik keseimbangan bergeser dari E ke E1. Perubahan tersebut menyebabkan harga bergeser dari P ke P1 dan jumlah barang bergeser dari Q ke Q1.



Gambar 7: Pergeseran Kurva Permintaan

b. Pergeseran Kurva Penawaran

Pada saat penawaran bertambah, kurva penawaran bergeser ke kanan kemudian tingkat harga akan menurun sehingga jumlah barang yang ditawarkan bergeser ke kanan. Perhatikan kurva di bawah ini! Kurva penawaran bergeser dari garis SS ke S1S 1. Titik keseimbangan bergeser dari E ke E1. Jumlah barang yang ditawarkan bertambah dari Q ke Q1 dan tingkat harga turun dari P ke P1. Pergeseran kurva harga keseimbangan juga disebabkan menurun atau berkurangnya jumlah barang yang ditawarkan (Suryati, 2020). Kondisi ini tampak dari pergeseran kurva penawaran ke kiri dari SS ke S1S1. Titik keseimbangan bergeser dari E ke E1. Berkurangnya jumlah barang yang ditawarkan menyebabkan harga keseimbangan berubah yaitu tingkat harga bertambah dari P ke P1 dan jumlah barang yang ditawarkan berkurang dari Q ke Q1.



Gambar 8: Pergeseran Kurva Penawaran

Teori Permintaan Dan Penawaran Islam

a. Teori 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. Namun dalam ekonomi islam, permintaan lebih terstruktur karena mempertimbangkan aspek moral dan etika. Klasifikasi kebutuhan menjadi perbaikan dan perbaikan menunjukkan bahwa ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada kondisi pasar, tetapi juga pada etika dan tanggung jawab sosial. Dalam perekonomian islam, konsumen diharapkan berperan lebih aktif dalam pengambilan keputusan.

Permintaan menurut Al-Ghazali Imam Al-Ghazali atau Abu Hamid Muhammad Al Tusi Al-Ghazali (1058-1111 M), pasar berkembang menjadi bagian dari hukum alam yang segala sesuatunya berwujud dalam bentuk adanya hasrat keinginan (Supandi et al., 2024). Dari diri sendirinya, sehingga akan muncul sifat saling memuaskan kebutuhan manusia dalam pandangan ekonomi. Salah satu pemikiran ekonomi AlGhazali adalah tentang teori permintaan. Beliau menyampaikan penjelasan secara terperinci mengenai peranan dari aktivitas sehari-hari dalam jual-beli dan munculnya pasar yang harganya berubahubah mengikuti seberapa kuat dari permintaan dan penawaran. Dalam permintaan terminologi modern Al-Ghazali tidak menjelaskannya sedikitpun, namun di dalam tulisannya menjelaskan dengan bentuk kurva permintaan. Kurva tersebut menjelaskan bahwa arah menurun dari kiri menuju atas ke arah kanan ialah menunjukan suatu harga dapat diturunkan melalui cara menurunkan permintaannya.

b.Teori Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang tersedia untuk dijual pada berbagai tingkat harga dan situasi. Penawaran dapat juga diartikan sebagai kemampuan produsen dalam menyediakan permintaan masyarakat dengan berbagai tingkat harga tertentu. 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 pespektif 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-barang atau transaksi-transaksi yang berbahaya bagi diri mereka dan kemaslahatannya (Insawan et al., 2021)

Menurut Ibnu Khaldun, bahwa pertumbuhan harga dan penurunan harga keduanya dipicu oleh perubahan penawaran dan permintaan. Sehubungan dengan mereka, harga murah dapat menyebabkan pembuat dan penjual menarik produk mereka di pasar, sementara pengeluaran yang berlebihan akan merugikan konsumen, terutama orang miskin yang biasanya merupakan bagian terbesar dari suatu lingkungan. Ibnu Khaldun berpendapat bahwa valuasi komoditas yang rendah dapat dikelola tanpa konsekuensi dari produsen dampak tersebut. Dengan kata lain, Ibnu Khaldun menganggap tingkat harga yang tidak terputus dan biaya hidup yang rendah sebagai pilihan terbaik, sambil terus berjuang untuk pembangunan dan keadilan dengan meningkatkan gaya hidup standar rata-rata Masyarakat (Zuwardi et al., 2023)

Distorsi Pasar (Ketidakseimbangan Pasar)

Pasar menentukan harga dan cara berproduksi, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar tersebut. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (fair). Kondisi demikianlah kita sebut

sebagai distorsi pasar. Dalam kenyataannya, distorasi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak yang terlibat sebagai pelaku pasar (Kumaidi, 2025)

Distorsi pasar ini sering dilakukan oleh para pelaku pasar untuk mencari keuntungan cepat atau di atas wajar dengan merugikan pihak lain. Distorsi ini menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan di pasar. Menguntungkan bagi satu pihak tetapi merugikan bagi pihak lain. Beberapa tindakan yang bersifat kezaliman (zhulm) di pasar dapat menyebabkan kondisi terjadinya distorsi baik dari sisi penawaran maupun permintaan, ketika terjadi kegagalan pasar (distorsi pasar), maka pemerintah harus turun tangan memastikan mekanisme pasar yang adil kembali bekerja.

Dalam upaya memulihkan keseimbangan dari gangguan pasar tersebut, terdapat beberapa instrumen solusi yang dapat diterapkan, sebagai berikut:

a. Market intervention terjadinya monopoli, penipuan, ketidakpastian pasar dan gangguan pasar lainnya seperti yang terjadi pada pasar modern, ini disebabkan karena PPS yang dipercayai oleh ekonomi konvensional adalah PPS tanpa adanya intervensi pemerintah secara menyeluruh. Sehingga apapun yang terjadi di pasar pemerintah tidak ikut campur, dengan demikian pasar dibiarkan bekerja bebas meskipun terjadi kecurangan, kezaliman dan monopoli yang dapat merugikan orang lain. Berbeda dengan pasar islam, meskipun pemerintah tidak turut campur menetapkan harga namun pemerintah tetap berkewajiban mengawasi pasar bagi memastikan keadilan dan keseimbangan pasar.
b. Larangan ikhtikar Rasulullah SAW telah melarang ikhtikar, yaitu secara sengaja menahan atau menumpuk barang, terutama pada waktu terjadi kelangkaan, dengan tujuan untuk menaikan harga di kemudian hari. Perilaku menimbun barang ini menzalimi manusia, Umar bin Khattab dengan tegas dan keras melarang para penumpuk barang berdagang di pasar. Umar bin Khattab. berkata, “Janganlah menjual di pasar kami seorang penimbun barang”. Namun tidak termasuk ikhtikar adalah penumpukan yang terjadi sewaktu barang sedang banyak di pasar, misalnya penimbunan atau penahanan pada waktu panen raya.
c. Keterbukaan informasi pasar untuk menghindari kecurangan dan ketidakadilan maka setiap penjual dan pembeli haruslah mengetahui harga dan kualitas serta kuantitas barang dengan jelas sehingga transaksi dapat dilakukan dengan suka sama suka dan adil. Rasulullah SAW bersabda: “Dan janganlah orang yang tahu menjual kepada orang yan tidak tahu”. Umar bin Khattab RA. berkata, “Tunjukkan mereka jalan ke pasar, dan beritahu mereka tentang harga.” Beberapa larangan ini antara lain: talaqi rukhban (membeli barang dengan cara mencegat para penjual di luar kota), bay’ anajasyi (berpura-pura menawar lebih tinggi untuk menaikkan harga), ghaban fahisy (menyembunyikan informasi harga dengan sengaja untuk memperolehi keuntungan yang tinggi).

Regulasi harga pada dasarnya jika pasar sudah bekerja dengan sempurna, maka pemerintah tidak boleh turut campur mengatur harga. Jadi regulasi harga dapat dilakukan pada keadaan tertentu saja. Pemerintah dapat melakukan regulasi harga apabila pasar bersaing tidak sempurna dan keadaan darurat. Apabila terpaksa menentapkan harga, maka konsep harga yang adil harus menjadi pedoman. Adapun beberapa keadaan darurat menurut Ibnu Taimiyah diantaranya adalah harga naik sedemikian tinggi di luar kewajaran, sementara masyarakat sangat memerlukannya.

.

KESIMPULAN

Permintaan dan penawaran merupakan dasar utama dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan interaksi antara konsumen dan produden. Hukum permintaan menunjukkan adanya hubungan negative antara harga dan jumlah barang yang di minta, sedangkan hukum penawaran menunjukkan hubungan posistif antara harga dan jumlah barang yang di tawarkan. Tabel dan kurva memperlihatkan bahwa keseimbangan pasar tercapai ketika jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran, dan titik keseimbangan ini bersifat dinamis karena dapat bergeser akibat perubahan faktor-faktor ekonomi maupun kondisi eksternal.

Dalam perspektif islam, teori permintaan dan penawaran tidak hanya berorientasi pada mekanisme harga, tetapi juga menekankan nilai moral, halal ataupun haram, kejujuran, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial. Konsumen dan produsen dituntut untuk berlaku adil dan transparan dalam setiap transaksi. Distorsi pasar seperti monopoli, penimbunan, penipuan, dan ketidaktransparanan informasi dapat merusak keseimbangan dan menciptakan ketidakadilan. Islam memberikan solusi melalui pengawasan pemerintah, larangan ikhtikar, keterbukaan informasi, serta regulasi harga dalam oleh interaksi harga dan kuantitas, tetapi juga oleh nilai-nilai etika yang menjamin tercapainya kesejahteraan masyarakat di dunia sekaligus kebahagiaan

REFERENSI

Anggraini, R., Anisa, R. D., Putriani, E., Rahmawati, L., Prasetyo, A., & Hidayati, N. (2024). Teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi islam. *Jurnal locus: Penelitian & Pengabdian*, *3*(12), 1032–1039. https://doi.org/https://doi.org/10.58344/locus.v3i12.3727

Anitatitu, M., Darsana, I. M., Rahmadona, L., & Sishadiyati. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. CV.Intelektual Manifes Media. https://doi.org/https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KfPBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA25&dq=info:gnC41_VosRUJ:scholar.google.com/&ots=5bBBu9gJs4&sig=n9D88THtS9u5ZfIxnD6osQs8SCI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ash-shiddiqy, M. (2025). Analisis Tentang Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Global. *Jurnal Actual Organization Of Economy (JAGO-E)*, *06*(03), 194–210. https://doi.org/https://doi.org/10.65212/jago-e.v6i03.188

Basmar, E., Tarigan, H., Trimurti, C. P., Sutrischastini, A., & Tukiyat. (2024). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)*. Penerbit Lakeisha.

Elvira, R. (2015). Teori Permintaan. *Jurnal Islamika*, *15*(1), 47–60. https://doi.org/https://doi.org/10.32939/islamika.v15i1.35

Febriyanti, R., , Abdul Wahab, M. L., & Muhammad Ghalib. (2026). Dekonstruksi dan reformulasi teori permintaan dan penawaran berbasis nilai syariah. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, *5*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.46773/jse.v4i1

Iftihor, Mahmudi, & Linawati. (2022). Keseimbangan Harga (Market Equilibrium) Perspektif Islam. *Jurnal Investasi Islam*, *03*(01), 366–380. https://doi.org/https://doi.org/10.32806/ivi.v3i1.105

Kumaidi, K. (2025). Distorsi Pasar; Solusi dalam Ekonomi Islam. *Economic Reviews Journal*, *4*(2), 981–992. https://doi.org/https://doi.org/10.56709/mrj.v4i2.858

Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, *119*(April), 245–258. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.054

Lubis, M., Simorangkir, M. A., & Nasution, N. H. (2024). Pengaruh perubahan permintaan & penawaran terhadap harga keseimbangan dalam ekonomi mikro. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 1–10.

Muhammad Arfan Harahap, Sukiman, I. H. (2023). Measuring Muslim Welfare: A Falah-Based Index. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *12*(2), 478–499. https://doi.org/10.22373/share.v12i2.19191

Mulhadi, I., & Albahi, M. (2024). Teori Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Economic Reviews Journal*, *3*(4), 2036–2045. https://doi.org/https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.612

Septianingrum, D., Sembiring, H. B., Haririe, M. F., Harahap, S., & Hayati, F. (2025). Konsep Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun dan Keterkaitannya dengan Teori Ekonomi Masa Kini (Studi Analisis Konsep Ekonomi dalam Kitab Muqaddimah). *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(2), 562–576. https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.5114.

Simatupang, M. Y. N., QoriTanjung, M., & Harahap, M. A. (2025). Konsep Permintaan, Penawaran Dan Kesejahteraan Pasar. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, *9*(3), 1–7. https://doi.org/https://doi.org/10.9963/mnhjn676

Siregar, T. M., Naibaho, E., Ginting, S., & Steven Gilbert Leonardo Sormin, B. S. S. (2023). Pengaruh fungsi permintaan dan penawaran terhadap keseimbangan pasar. *Pedagogy Jurnal Pendidikan Matematika*, *8*(1), 222–232. https://doi.org/https://doi.org/10.30605/pedagogy.v8i1.2485

Supandi, A. F., Agustin, M. H., Umbara, B. D., & Hidayati, H. N. (2024). Permintaan Dan Penawaran pada Pasar Tradisional Perspektif Ekonomi Islam. *Lan Tabur : Jurnal Ekonomi Syari'ah*, *6*(1), 141–154. https://doi.org/https://doi.org/10.53515/lantabur.2024.6.1.141-154

Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan dan penawaran dalam ekonomi mikro. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *7*(1), 185–194. https://doi.org/https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583

Zuwardi, Syahrin, A., Rayana, M. I., Mainaki, H., & Bilal, M. (2023). Analisis Teori Permintaan, Penawaran, Dan Harga Menurut Pandangan Ibnu Khaldun. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(2), 13204–13215. https://doi.org/https://j-innovative.org/index.php/Innovative