

## PERBANDINGAN KONSEP PENAWARAN DALAM EKONOMI KONVENSIONAL DAN ISLAM: STUDI LITERATUR KUALITATIF

Rafida Z<sup>1</sup>, Mohd. Winario<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Indonesia

Email Korespondensi: [rafidaz@gmail.com](mailto:rafidaz@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study examines the comparative concept of supply from the perspective of conventional economics and Islamic economics through a qualitative literature study approach. The concept of supply is a fundamental element in market mechanisms that determine the equilibrium price and quantity of goods and services. In conventional economics, supply is driven by the motive of maximizing profit and production efficiency without explicit consideration of moral, ethical, and social responsibility aspects. The orientation of economic rationality tends to focus solely on individual interests and the achievement of material gain. Meanwhile, Islamic economics integrates sharia values into every aspect of supply, including the prohibition of usury, gharar, and maysir, as well as the obligation to maintain justice, transparency, and the welfare of the community. Through a comparative analysis of various relevant literature, this study finds that fundamental differences lie in the objectives, basic principles, and mechanisms used in supply. Islamic economics emphasizes the balance between this world and the hereafter, social justice, proportional distribution, and responsibility to Allah SWT. The practical implication is the need for a more holistic reorientation of the economic system by integrating economic efficiency with moral-spiritual values.*

*Keywords: Supply, Conventional Economics, Islamic Economics*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji perbandingan konsep penawaran dalam perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi Islam melalui pendekatan studi literatur kualitatif. Konsep penawaran merupakan elemen fundamental dalam mekanisme pasar yang menentukan keseimbangan harga dan kuantitas barang maupun jasa. Dalam ekonomi konvensional, penawaran didorong oleh motif maksimalisasi profit dan efisiensi produksi tanpa mempertimbangkan secara eksplisit aspek moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Orientasi rasionalitas ekonomi cenderung berfokus pada kepentingan individu serta pencapaian keuntungan material semata. Sementara itu, ekonomi Islam mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek penawaran, termasuk larangan riba, gharar, dan maysir, serta kewajiban menjaga keadilan, transparansi, dan kemaslahatan umat. Melalui analisis komparatif terhadap berbagai literatur yang relevan, penelitian ini menemukan bahwa perbedaan mendasar terletak pada tujuan, prinsip dasar, dan mekanisme penawaran yang digunakan. Ekonomi Islam menekankan keseimbangan antara dunia dan akhirat, keadilan sosial, distribusi yang proporsional, serta tanggung jawab kepada Allah SWT. Implikasi praktisnya adalah perlunya reorientasi sistem ekonomi yang lebih holistik dengan mengintegrasikan efisiensi ekonomi dan nilai moral-spiritual.

**Kata Kunci:** Penawaran, Ekonomi Konvensional, Ekonomi Islam

## PENDAHULUAN

Ekonomi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam mengelola sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas telah berkembang dengan berbagai paradigma dan pendekatan (Idris, 2016). Salah satu konsep fundamental dalam ilmu ekonomi adalah konsep penawaran (supply), yang bersama dengan permintaan (demand) membentuk mekanisme pasar dalam menentukan harga dan alokasi sumber daya (Mankiw, 2021).

Dalam perkembangannya, konsep penawaran mengalami evolusi pemikiran yang berbeda antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Ekonomi konvensional yang berkembang sejak era Adam Smith hingga pemikiran modern cenderung menekankan pada aspek rasionalitas ekonomi, efisiensi, dan maksimalisasi keuntungan tanpa mempertimbangkan aspek moral dan etika secara eksplisit (Samuelson & Nordhaus, 2009). Produsen dalam sistem ekonomi konvensional diasumsikan sebagai homo economicus yang berorientasi pada pencapaian profit maksimal dengan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan.

Di sisi lain, ekonomi Islam menawarkan perspektif yang berbeda dalam memandang konsep penawaran. Sistem ekonomi Islam tidak hanya memperhatikan aspek material dan rasionalitas ekonomi, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai spiritual, moral, dan etika yang bersumber dari Al- Qur'an dan Hadits (Chapra, 2016). Dalam ekonomi Islam, aktivitas ekonomi termasuk penawaran harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan (al- 'adl), keseimbangan (al-tawazun), kemaslahatan (maslahah), dan bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.

Perbedaan fundamental ini memiliki implikasi yang signifikan terhadap perilaku produsen, struktur pasar, mekanisme penetapan harga, dan pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Hariyono et al., 2024). Dalam konteks global saat ini, di mana krisis ekonomi dan ketimpangan sosial semakin meningkat, memahami perbedaan konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan Islam menjadi sangat relevan untuk menemukan solusi alternatif yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji aspek-aspek tertentu dari ekonomi Islam, namun studi komparatif yang komprehensif mengenai konsep penawaran masih terbatas. Penelitian Zaman (2012) membahas prinsip-prinsip pasar Islam namun belum secara khusus menganalisis mekanisme penawaran. Sementara itu, kajian Ascarya (2012) lebih fokus pada sistem keuangan Islam. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan melakukan analisis komparatif yang mendalam terhadap konsep penawaran dalam kedua sistem ekonomi.

Penelitian ini penting dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, untuk memperkaya khazanah keilmuan ekonomi Islam dengan mengeksplorasi perbedaan fundamental dalam konsep penawaran. Kedua, memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model ekonomi yang lebih holistik dan berkeadilan. Ketiga, memberikan rekomendasi praktis bagi para pembuat kebijakan dalam merancang sistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis konsep penawaran dalam perspektif ekonomi konvensional; (2) Menganalisis konsep penawaran dalam perspektif ekonomi Islam; (3) Mengidentifikasi persamaan dan perbedaan konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan Islam; (4) Menganalisis implikasi teoretis dan praktis dari perbedaan tersebut.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana konsep penawaran dalam perspektif ekonomi konvensional? 2) Bagaimana konsep penawaran dalam perspektif ekonomi Islam? 3) Apa saja persamaan dan perbedaan konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan

ekonomi Islam? Dan 4) Bagaimana implikasi teoretis dan praktis dari perbedaan konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam?

## LITERATUR REVIEW

### Konsep Penawaran dalam Ekonomi Konvensional

Penawaran dalam ekonomi konvensional didefinisikan sebagai jumlah barang atau jasa yang produsen bersedia dan mampu untuk menjual pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu (Pindyck & Rubinfeld, 2013). Konsep ini didasarkan pada hukum penawaran yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara harga dan kuantitas yang ditawarkan, *ceteris paribus*.

Menurut teori ekonomi mikro klasik, produsen sebagai agen ekonomi rasional akan memaksimalkan fungsi keuntungan dengan menentukan tingkat output optimal di mana marginal cost (MC) sama dengan marginal revenue (MR). Asumsi *homo economicus* yang mendasari teori ini mengimplikasikan bahwa produsen tidak mempertimbangkan faktor-faktor non-ekonomi seperti etika, moral, atau dampak sosial dalam keputusan produksinya (Nicholson & Snyder, 2012).

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran dalam ekonomi konvensional meliputi: (1) Harga barang itu sendiri; (2) Harga input produksi; (3) Teknologi; (4) Ekspektasi harga di masa depan; (5) Jumlah produsen di pasar; dan (6) Kebijakan pemerintah seperti pajak dan subsidi. Dalam analisis jangka panjang, elastisitas penawaran cenderung lebih besar karena produsen memiliki waktu untuk menyesuaikan kapasitas produksi.

Kurva penawaran dalam ekonomi konvensional biasanya memiliki slope positif, menggambarkan bahwa pada harga yang lebih tinggi, produsen akan menawarkan kuantitas yang lebih banyak. Namun, terdapat juga kasus-kasus khusus seperti penawaran yang inelastis sempurna (misalnya tanah) atau penawaran yang backward-bending (misalnya penawaran tenaga kerja pada tingkat upah tertentu).

Dalam konteks struktur pasar, analisis penawaran juga mempertimbangkan tingkat persaingan. Dalam pasar persaingan sempurna, individual firm adalah price taker yang menghadapi kurva permintaan horizontal. Sementara dalam pasar monopoli, oligopoli, atau persaingan monopolistik, produsen memiliki market power yang memungkinkan mereka mempengaruhi harga (Varian, 2014).

Kritik terhadap konsep penawaran konvensional muncul dari berbagai perspektif. Ekonom institusional seperti Veblen mengkritik asumsi rasionalitas yang terlalu sempit. Ekonom perilaku seperti Kahneman dan Tversky menunjukkan bahwa pengambilan keputusan ekonomi seringkali tidak rasional. Lebih jauh, kritik ekologis menyoroti bahwa orientasi maksimalisasi profit tanpa mempertimbangkan eksternalitas negatif telah menyebabkan degradasi lingkungan dan ketidakadilan sosial.

### Konsep Penawaran dalam Ekonomi Islam

Penawaran dalam ekonomi Islam memiliki landasan filosofis yang berbeda dengan ekonomi konvensional. Aktivitas penawaran bukan semata-mata aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan ibadah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Al-Qur'an menegaskan, "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi" (QS. Al-Qasas: 77).

Konsep penawaran dalam Islam didasarkan pada beberapa prinsip fundamental. Pertama, prinsip tauhid yang mengakui bahwa segala sumber daya adalah milik Allah SWT dan manusia hanya sebagai khalifah yang diberi amanah untuk mengelolanya dengan baik (Triyuwono, 2012). Kedua, prinsip keadilan (*al-'adl*) yang mengharuskan distribusi yang merata dan menghindari eksploitasi. Ketiga, prinsip keseimbangan (*al-tawazun*) antara

kepentingan individu dan kolektif, dunia dan akhirat.

Dalam operasionalnya, penawaran dalam ekonomi Islam harus bebas dari tiga unsur yang diharamkan: riba (bunga), gharar (ketidakpastian eksekutif), dan maysir (spekulasi/perjudian). Larangan riba berarti produsen tidak boleh membebankan bunga dalam transaksi, melainkan menggunakan skema bagi hasil seperti mudharabah atau musyarakah (Karim, 2010). Larangan gharar mengharuskan transparansi informasi tentang produk yang ditawarkan, sementara larangan maysir melarang aktivitas ekonomi yang bersifat untung-untungan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran dalam ekonomi Islam tidak hanya mencakup faktor ekonomi teknis seperti harga dan teknologi, tetapi juga faktor moral dan spiritual. Ibn Khaldun dalam *Al-Muqaddimah* menjelaskan bahwa penawaran dipengaruhi oleh tingkat peradaban, etos kerja, dan keadilan penguasa. Produsen Muslim didorong untuk meningkatkan produktivitas sebagai bentuk amal saleh, namun tetap dalam koridor syariah.

Tujuan penawaran dalam ekonomi Islam adalah mencapai *falah* (kesuksesan dunia dan akhirat) melalui pemenuhan kebutuhan (*needs*) bukan sekadar keinginan (*wants*) yang tidak terbatas. Chapra (2000) menjelaskan bahwa hierarki kebutuhan dalam Islam dimulai dari *dharuriyat* (kebutuhan primer), *hajiyat* (kebutuhan sekunder), hingga *tahsiniyat* (kebutuhan tersier). Produsen Muslim seharusnya memprioritaskan produksibarang dan jasa yang memenuhi kebutuhan *dharuriyat* masyarakat.

Mekanisme penawaran dalam ekonomi Islam juga mempertimbangkan aspek *maslahat* (kesejahteraan umum). Jika suatu aktivitas produksi berpotensi menimbulkan *mafsadah* (kerusakan) yang lebih besar daripada *maslahat*, maka aktivitas tersebut harus dihindari sesuai kaidah fiqh "menolak kerusakan didahulukan daripada menarik kemaslahatan" (*dar'ul mafasid muqaddamun 'ala jalbil masalih*).

Dalam hal penetapan harga, ekonomi Islam mengenal konsep harga yang adil (*tsaman al-mitsl*) yang ditentukan oleh mekanisme pasar yang bebas dari distorsi seperti monopoli, penimbunan (*ihtikar*), dan manipulasi informasi. Nabi Muhammad SAW melarang praktik *talaqqi rukban* (mencegat pedagang sebelum masuk pasar) dan praktik-praktik lain yang mengganggu mekanisme pasar yang adil.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*). Studi literatur dipilih karena sesuai untuk menganalisis konsep-konsep teoretis dan membandingkan paradigma yang berbeda dalam ilmu ekonomi. Menurut Zed (2008), studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari berbagai literatur ilmiah meliputi: (1) Buku-buku teks ekonomi konvensional dan ekonomi Islam; (2) Jurnal ilmiah nasional dan internasional yang telah dipublikasikan; (3) Artikel dalam prosiding seminar dan konferensi; (4) Sumber primer berupa *Al-Qur'an* dan *Hadits* untuk landasan ekonomi Islam; (5) Dokumen kebijakan dan laporan lembaga ekonomi internasional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan analisis konten (*content analysis*) terhadap literatur-literatur yang relevan. Kriteria pemilihan literatur adalah: (1) Relevansi dengan topik penelitian; (2) Kredibilitas sumber (jurnal terakreditasi, penerbit bereputasi); (3) Kemutakhiran publikasi (prioritas pada literatur 10 tahun terakhir, kecuali untuk karya klasik yang fundamental); (4) Kedalaman pembahasan konsep penawaran.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, melakukan kategorisasi literatur berdasarkan perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Kedua, mengidentifikasi konsep-konsep kunci terkait penawaran dari masing-masing

perspektif. Ketiga, melakukan komparasi untuk menemukan persamaan dan perbedaan fundamental. Keempat, melakukan sintesis untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Kelima, menarik kesimpulan dan implikasi dari temuan penelitian.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis komparatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Miles & Huberman (1994) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif mencakup tiga aktivitas: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan meringkas konsep-konsep penting dari literatur, penyajian data dilakukan dengan menyusun matriks perbandingan, dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola-pola yang muncul.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan menggunakan berbagai literatur dari penulis dan perspektif yang berbeda. Selain itu, dilakukan member checking melalui diskusi dengan akademisi dan praktisi ekonomi Islam untuk memvalidasi interpretasi konsep-konsep yang dikaji.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Konsep Dasar Penawaran**

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa terdapat perbedaan fundamental dalam konsep dasar penawaran antara ekonomi konvensional dan Islam. Dalam ekonomi konvensional, penawaran dipandang sebagai fungsi murni dari harga dan faktor-faktor teknis produksi. Hukum penawaran yang menyatakan hubungan positif antara harga dan kuantitas yang ditawarkan berlaku secara universal tanpa mempertimbangkan aspek moral atau etika.

Sebaliknya, dalam ekonomi Islam, penawaran tidak dapat dipisahkan dari kerangka nilai dan etika syariah. Konsep dasar penawaran dalam Islam dibangun atas prinsip tauhid, yang mengimplikasikan bahwa segala aktivitas ekonomi adalah bentuk ibadah dan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Hal ini sejalan dengan konsep falah yang menekankan kesuksesan holistik meliputi dimensi material dan spiritual, dunia dan akhirat.

Perbedaan filosofis ini berdampak pada asumsi dasar tentang perilaku produsen. Ekonomi konvensional mengasumsikan produsen sebagai homo economicus yang rasional dan self-interested, sedangkan ekonomi Islam memandang produsen sebagai homo Islamicus yang rasional tetapi juga altruistik dan bertanggung jawab sosial. Produsen Muslim tidak hanya memaksimalkan profit, tetapi juga memaksimalkan berkah (barakah) melalui transaksi yang halal dan berkah.

Dalam hal determinan penawaran, terdapat persamaan dalam faktor-faktor teknis seperti harga input, teknologi, dan ekspektasi. Namun, ekonomi Islam menambahkan dimensi moral dan spiritual sebagai faktor yang mempengaruhi penawaran. Misalnya, tingkat keimanan dan ketakwaan produsen akan mempengaruhi kualitas produk dan kejujuran dalam bertransaksi. Demikian pula, niat baik untuk memberikan manfaat kepada masyarakat (niat lillahi ta'ala) menjadi motivasi penting dalam aktivitas produksi.

Terkait dengan kurva penawaran, secara teknis kedua sistem mengakui hubungan positif antara harga dan kuantitas. Namun, dalam ekonomi Islam terdapat batas-batas syariah yang membatasi pergerakan sepanjang kurva penawaran. Misalnya, pada harga yang sangat tinggi akibat kelangkaan, produsen Muslim tidak diperbolehkan melakukan ihtikar (penimbunan untuk menaikkan harga), meskipun secara ekonomis menguntungkan.

### **Perbandingan Tujuan dan Motivasi Penawaran**

Tujuan penawaran dalam ekonomi konvensional adalah maksimalisasi profit atau keuntungan (profit maximization). Produsen akan terus meningkatkan produksi selama marginal revenue melebihi marginal cost. Dalam jangka panjang, produsen dapat keluar dari pasar jika mengalami kerugian ekonomi atau masuk ke pasar jika melihat peluang profit positif. Tujuan ini bersifat individualistik dan tidak secara eksplisit mempertimbangkan

dampak sosial atau lingkungan.

Teori perusahaan modern memang mengakui bahwa tujuan perusahaan tidak selalu profit maximization, tetapi bisa juga sales maximization (Baumol), satisficing behavior (Simon), atau managerial utility maximization (Williamson). Namun, variasi tujuan ini tetap dalam kerangka kepentingan self-interest tanpa dimensi spiritual atau pertanggungjawaban kepada Tuhan.

Dalam ekonomi Islam, tujuan penawaran jauh lebih kompleks dan multidimensi. Tujuan utama adalah mencapai falah, yaitu kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Ini mencakup tiga dimensi: (1) Dimensi spiritual - aktivitas produksi sebagai ibadah dan cara mendekatkan diri kepada Allah; (2) Dimensi ekonomi - memperoleh keuntungan yang halal untuk memenuhi kebutuhan; (3) Dimensi sosial - memberikan manfaat kepada masyarakat dan berkontribusi pada kesejahteraan umum.

Motivasi produsen Muslim tidak hanya profit, tetapi juga mencari ridha Allah SWT dan berkah dalam usahanya. Konsep berkah (barakah) menjadi penting, di mana keuntungan yang sedikit namun halal dan diberkahi lebih baik daripada keuntungan besar yang mengandung unsur haram. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Tidaklah mengurangi harta karena sedekah, dan tidaklah Allah menambah seorang hamba yang pemaaf melainkan kemuliaan" (HR. Muslim).

Lebih lanjut, ekonomi Islam mengenal konsep ihsan (berbuat baik melebihi standar) dalam produksi. Produsen didorong untuk memproduksi barang berkualitas tinggi, memberikan pelayanan terbaik, dan menjaga amanah konsumen. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional di mana produsen cenderung meminimalkan biaya tanpa memperhatikan aspek kualitas sepanjang masih memenuhi standar minimum yang dipersyaratkan.

Perbedaan motivasi ini juga terlihat dalam sikap terhadap persaingan. Ekonomi konvensional memandang persaingan sebagai mekanisme untuk efisiensi, di mana yang lemah akan tersingkir (survival of the fittest). Dalam ekonomi Islam, persaingan diperbolehkan selama dilakukan secara sehat dan tidak merugikan pihak lain. Bahkan, konsep fastabiqul khairat (berlomba-lomba dalam kebaikan) mendorong produsen untuk bersaing dalam memberikan manfaat terbaik kepada masyarakat.

### **Perbandingan Mekanisme dan Batasan Penawaran**

Mekanisme penawaran dalam ekonomi konvensional diatur oleh kekuatan pasar melalui interaksi permintaan dan penawaran. Invisible hand Adam Smith dipercaya akan mengarahkan alokasi sumber daya secara efisien tanpa perlu intervensi pemerintah. Produsen bebas menentukan apa, bagaimana, dan untuk siapa memproduksi berdasarkan sinyal harga. Batasan yang ada umumnya hanya berupa regulasi pemerintah terkait standar keselamatan, lingkungan, atau anti-monopoli.

Dalam praktiknya, ekonomi konvensional memberikan kebebasan yang luas kepada produsen selama tidak melanggar hukum positif. Produsen dapat melakukan berbagai strategi untuk memaksimalkan profit, termasuk diferensiasi produk, price discrimination, atau bahkan planned obsolescence (merancang produk dengan umur terbatas). Etika bisnis dalam ekonomi konvensional lebih bersifat voluntary dan tidak mengikat secara moral-spiritual.

Ekonomi Islam memiliki mekanisme pasar yang serupa dalam hal interaksi penawaran dan permintaan, namun dengan batasan-batasan syariah yang lebih ketat. Mekanisme pasar dalam Islam diakui sebagai sunnatullah yang menciptakan harga alami (tsaman al-mitsl). Namun, mekanisme pasar ini harus beroperasi dalam koridor syariah yang melarang riba, gharar, dan maysir.

Batasan-batasan dalam penawaran Islam dapat dikategorikan menjadi beberapa aspek. Pertama, batasan jenis barang dan jasa yang ditawarkan. Produsen Muslim dilarang

memproduksi barang-barang haram seperti minuman keras, daging babi, atau perjudian. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional di mana produsen bebas memproduksi apa saja selama ada permintaan, terlepas dari dampak moralnya.

Kedua, batasan dalam proses produksi. Produsen harus menggunakan input yang halal, proses produksi yang tidak merusak lingkungan secara berlebihan, dan memperlakukan pekerja secara adil sesuai ajaran Islam tentang hak-hak pekerja. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering" (HR. Ibn Majah), yang menunjukkan pentingnya keadilan dalam hubungan industrial.

Ketiga, batasan dalam penetapan harga. Islam melarang praktik ihtikar (penimbunan) yang menyebabkan kelangkaan artifisial dan kenaikan harga. Imam Malik mendefinisikan ihtikar sebagai membeli komoditas dalam situasi kelangkaan dan menimbunnya untuk dijual kembali dengan harga lebih tinggi. Dalam konteks modern, ini dapat dianalogikan dengan praktik monopoli atau kartel yang merugikan konsumen.

Keempat, batasan dalam praktik pemasaran. Produsen Muslim dilarang melakukan penipuan, menyembunyikan cacat produk, atau manipulasi informasi. Prinsip transparansi dan kejujuran harus dijaga dalam setiap transaksi. Rasulullah SAW bersabda, "Barangsiapa yang menipu kami, maka dia bukan bagian dari kami" (HR. Muslim).

Kelima, batasan dalam kompetisi bisnis. Islam melarang persaingan tidak sehat seperti menjatuhkan pesaing dengan cara-cara yang tidak etis, menjelek-jelekkan produk kompetitor tanpa dasar, atau praktik predatory pricing yang bertujuan membangkrutkan pesaing. Persaingan harus dilakukan secara fair dan fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan.

### **Implikasi Teoretis dan Praktis**

Perbedaan konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan Islam memiliki implikasi yang signifikan baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, ekonomi Islam menawarkan paradigma alternatif yang lebih holistik dalam memahami perilaku ekonomi. Paradigma ini tidak hanya mempertimbangkan aspek material dan rasional, tetapi juga dimensi spiritual, moral, dan sosial.

Implikasi teoretis pertama adalah perlunya rekonseptualisasi fungsi objektif produsen. Dalam ekonomi Islam, fungsi objektif tidak lagi semata-mata maksimalisasi profit, tetapi maksimalisasi falah yang multidimensi. Ini memerlukan pengembangan model ekonomi baru yang dapat mengakomodasi variabel-variabel non-ekonomi seperti nilai spiritual, kepuasan batin, dan ridha Allah. Penelitian Farooq (2009) telah mencoba mengembangkan model utilitas Islami yang memasukkan dimensi spiritual.

Implikasi teoretis kedua adalah perluasan konsep efisiensi. Ekonomi konvensional mendefinisikan efisiensi terutama dalam konteks efisiensi alokatif dan produktif. Ekonomi Islam menambahkan dimensi efisiensi distributif yang menekankan keadilan dalam distribusi sumber daya. Suatu alokasi sumber daya dapat efisien secara Pareto tetapi tidak adil secara distribusi. Islam menolak efisiensi yang menghasilkan ketimpangan ekstrem.

Implikasi teoretis ketiga adalah pentingnya memasukkan etika dan moral dalam analisis ekonomi. Ekonomi mainstream cenderung memisahkan ekonomi positif dari ekonomi normatif. Ekonomi Islam menunjukkan bahwa pemisahan ini problematik karena nilai-nilai moral inherent dalam setiap keputusan ekonomi. Pengembangan ekonomi normatif Islam dapat memberikan kontribusi pada etika ekonomi global.

Secara praktis, perbedaan konsep penawaran ini memiliki implikasi terhadap kebijakan ekonomi dan praktik bisnis. Pertama, dalam konteks kebijakan industri, pemerintah negara Muslim perlu mengembangkan framework regulasi yang mendorong produksi barang dan jasa yang sesuai syariah dan bermanfaat bagi masyarakat. Ini termasuk insentif untuk industri halal dan disinsentif untuk industri yang merusak moral masyarakat.

Kedua, dalam konteks pengembangan sumber daya manusia, perlu ada program pendidikan dan pelatihan yang tidak hanya fokus pada kompetensi teknis tetapi juga internalisasi nilai-nilai Islam dalam berbisnis. Pengusaha muslim perlu memahami bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari profit tetapi juga dari berkah dan manfaat sosial yang dihasilkan.

Ketiga, dalam konteks struktur pasar, perlu ada mekanisme yang mencegah praktek monopoli dan kartel yang merugikan konsumen. Dalam sejarah Islam, institusi hisbah berperan mengawasi pasar dan memastikan transaksi berjalan adil. Dalam konteks modern, ini dapat diadaptasi menjadi lembaga pengawas pasar yang berbasis nilai-nilai Islam.

Keempat, dalam konteks keuangan korporasi, perusahaan-perusahaan Muslim perlu mengembangkan instrumen pembiayaan yang bebas riba seperti mudharabah, musyarakah, atau sukuk. Sistem perbankan Islam telah berkembang pesat dan menunjukkan bahwa pembiayaan tanpa bunga adalah feasible dan dapat menguntungkan.

Kelima, dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), ekonomi Islam mengintegrasikan konsep zakat, infaq, dan shadaqah dalam aktivitas bisnis. Perusahaan Muslim tidak hanya melakukan CSR sebagai strategi marketing, tetapi sebagai kewajiban religius dan cara berbagi kesuksesan dengan masyarakat.

Implementasi konsep penawaran Islam menghadapi berbagai tantangan. Pertama, tantangan mindset di mana banyak pengusaha Muslim masih berorientasi profit semata tanpa mempertimbangkan aspek syariah. Kedua, tantangan struktural di mana sistem ekonomi global masih didominasi oleh paradigma konvensional. Ketiga, tantangan institutional di mana lembaga-lembaga pendukung ekonomi Islam masih perlu diperkuat.

Namun demikian, tren positif menunjukkan bahwa ekonomi Islam terus berkembang. Industri keuangan syariah global telah mencapai nilai triliunan dollar. Produk halal semakin diminati tidak hanya oleh Muslim tetapi juga non-Muslim yang menghargai aspek ethical dan sustainable. Ini menunjukkan bahwa konsep penawaran Islam relevan dan dapat memberikan solusi terhadap berbagai problema ekonomi kontemporer.

**Tabel 1. Perbandingan Konsep Penawaran Ekonomi Konvensional dan Islam**

Aspek	Ekonomi Konvensional	Ekonomi Islam
<b>Landasan Filosofis</b>	Materialisme, sekularisme, rasionalisme	Tauhid, syariah, kesatuan dunia-akhirat
<b>Tujuan Utama</b>	Maksimalisasi profit	Maksimalisasi falah (kesuksesan dunia-akhirat)
<b>Asumsi Perilaku</b>	Homo economicus (rasional, self-interested)	Homo Islamicus (rasional, altruistik, bertanggung jawab)
<b>Motivasi Produsen</b>	Keuntungan material	Ridha Allah, berkah, manfaat sosial
<b>Batasan Produksi</b>	Hukum positif, regulasi pemerintah	Syariah: halal-haram, larangan riba-gharar-maysir
<b>Jenis Produk</b>	Bebas, sesuai permintaan pasar	Terbatas pada barang/jasa halal dan bermanfaat
<b>Penetapan Harga</b>	Berdasarkan kekuatan pasar	Harga adil (tsaman al-mitsl), larangan ihtikar
<b>Kompetisi</b>	Survival of the fittest	Persaingan sehat, fastabiqul khairat
<b>Etika Bisnis</b>	Voluntary, tidak mengikat	Wajib, bagian dari ibadah
<b>Orientasi</b>	Individualistik	Keseimbangan individu-kolektif



Perbandingan antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam konsep penawaran menunjukkan perbedaan mendasar pada aspek filosofis, tujuan, dan nilai yang melandasinya. Ekonomi konvensional berakar pada materialisme, sekularisme, dan rasionalisme, dengan tujuan utama memaksimalkan profit. Pelaku usaha diasumsikan sebagai *homo economicus* yang rasional dan berorientasi pada kepentingan pribadi. Produksi dan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, dibatasi oleh hukum positif, serta kompetisi dipandang sebagai *survival of the fittest*. Etika bisnis bersifat sukarela dan tidak selalu mengikat secara moral-transendental.

Sebaliknya, ekonomi Islam berlandaskan tauhid dan prinsip syariah yang memadukan orientasi dunia dan akhirat. Tujuan utamanya adalah mencapai *falah*, yakni keberhasilan dunia-akhirat. Produsen dipandang sebagai *homo Islamicus* yang rasional sekaligus altruistik dan bertanggung jawab. Aktivitas produksi dibatasi oleh ketentuan halal-haram serta larangan riba, gharar, dan maysir. Penetapan harga harus adil (*tsaman al-mitsl*) dan tidak boleh mengandung praktik ihtikar. Kompetisi diarahkan pada kebaikan (*fastabiqul khairat*), serta etika bisnis menjadi bagian dari ibadah dan kewajiban moral.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis komparatif yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, terdapat perbedaan fundamental dalam landasan filosofis konsep penawaran antara ekonomi konvensional dan Islam. Ekonomi konvensional berlandaskan pada materialisme, sekularisme, dan rasionalitas ekonomi semata, sedangkan ekonomi Islam berlandaskan pada tauhid, syariah, dan kesatuan dimensi dunia-akhirat. Kedua, tujuan penawaran dalam ekonomi konvensional adalah maksimalisasi profit yang bersifat individualistik dan material, sementara dalam ekonomi Islam adalah maksimalisasi *falah* yang multidimensi mencakup kesuksesan material, spiritual, dan sosial. Perbedaan tujuan ini menghasilkan perbedaan dalam motivasi dan perilaku produsen. Ketiga, mekanisme penawaran dalam kedua sistem sama-sama mengakui peran pasar dalam menentukan harga dan alokasi sumber daya. Namun, ekonomi Islam memberikan batasan-batasan syariah yang lebih ketat terkait jenis produk, proses produksi, penetapan harga, dan praktik kompetisi. Batasan ini bertujuan untuk memastikan keadilan dan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi. Keempat, ekonomi Islam menawarkan paradigma alternatif yang lebih holistik dengan mengintegrasikan aspek ekonomi, moral, dan spiritual. Paradigma ini relevan untuk mengatasi berbagai problema ekonomi kontemporer seperti ketimpangan, eksploitasi, dan degradasi lingkungan yang muncul dari penerapan ekonomi konvensional yang terlalu materialis. Kelima, implementasi konsep penawaran Islam dalam praktik memerlukan dukungan sistemik berupa framework regulasi yang kondusif, lembaga-lembaga pendukung yang kuat, dan perubahan mindset pelaku ekonomi Muslim untuk lebih konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam berbisnis.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk berbagai pihak. Pertama, untuk akademisi dan peneliti, perlu dilakukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik mengkaji implementasi konsep penawaran Islam dalam konteks industri tertentu atau negara tertentu. Penelitian empiris juga diperlukan untuk menguji efektivitas model bisnis yang berbasis prinsip Islam dibandingkan dengan model konvensional. Kedua, untuk pembuat kebijakan di negara-negara Muslim, perlu dikembangkan framework regulasi yang mendorong penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam sektor riil. Ini mencakup insentif fiskal untuk industri halal, pengembangan infrastruktur pendukung ekonomi syariah, dan penguatan lembaga pengawas pasar berbasis nilai Islam.

Ketiga, untuk institusi pendidikan, perlu ada reformasi kurikulum ekonomi yang mengintegrasikan perspektif ekonomi Islam. Pendidikan ekonomi tidak boleh hanya mengajarkan teori-teori konvensional tetapi juga memberikan alternatif paradigma Islam

beserta implementasinya. Program-program pelatihan bisnis syariah juga perlu diperluas untuk praktisi dan pelaku usaha.

Keempat, untuk pelaku usaha Muslim, perlu ada komitmen yang lebih kuat untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis. Ini tidak hanya terbatas pada aspek formalitas seperti sertifikasi halal, tetapi juga internalisasi nilai-nilai Islam dalam budaya organisasi, strategi bisnis, dan operasional sehari-hari.

Kelima, untuk lembaga keuangan Islam, perlu terus mengembangkan produk dan layanan yang mendukung sektor riil berbasis syariah. Pembiayaan untuk UMKM Muslim yang ingin mengembangkan usaha halal perlu diprioritaskan. Edukasi kepada masyarakat tentang keunggulan sistem keuangan Islam juga perlu ditingkatkan. Keenam, untuk organisasi Islam internasional seperti OKI (Organisasi Kerjasama Islam), perlu ada koordinasi yang lebih baik dalam mengembangkan standar ekonomi Islam global, memfasilitasi perdagangan halal antarnegara Muslim, dan mempromosikan model ekonomi Islam di forum-forum internasional. Ketujuh, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal fokus pada analisis konseptual teoritis. Penelitian mendatang dapat melengkapi dengan studi empiris, studi kasus, atau penelitian komparatif lintas negara untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang implementasi konsep penawaran Islam dalam praktik.

## REFERENSI

- Ascarya. (2012). *Akad dan Produk Bank Syariah, Edisi Ke-4*. PT Raja Grafindo Persada.
- Chapra, M. U. (2016). *The future of economics: An Islamic perspective* (Vol. 21). Kube Publishing Ltd.
- Farooq, M. O. (2009). Riba, interest and six hadiths: do we have a definition or a conundrum? *Review of Islamic Economics*, 13(1), 105–141.
- Hariyono, H., Nopiah, R., Kusumastuti, S. Y., Apriyanti, C., Harmaini, H., Chaniago, N., Sentosa, E., Hariyanti, D., Nurhayati, N., & Esya, L. (2024). *Dasar-Dasar Ekonomi: Teori, Konsep & Perkembangan Abad 21*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Idris, A. (2016). *Pengantar ekonomi sumber daya manusia*. Deepublish.
- Karim, A. (2010). *Ekonomi Mikro Islam Edisi Tiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics*.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions*. Cengage Learning.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics 8th ed.(8th)*. New Jersey: Pearson.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Macroeconomics 19e*. Diakses (7 Agustus 2024).
- Triuwono, I. (2012). *Akuntansi syariah: perspektif, metodologi, dan teori edisi 2*.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics with calculus: a modern approach*. WW norton & company.
- Zaman, A. (2012). The normative foundations of scarcity. *Real-World Economics Review, Issue, 61*, 22–39.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.