

TEORI PERMINTAAN DALAM PANDANGAN ISLAM

Muhammad Farid *

**IAI Syarifuddin Lumajang*
much.farid99@gmail.com

Abstract

In conventional economic theory, the demand is a number of items to be purchased or requested at a certain price level within a certain time. While understanding the deals are a number of items sold or offered at a price and time. The law of demand is the law that describes the negative relationship between the price level in the quantity demanded. If the price of the quantity demanded rises slightly and when the low price the quantity demanded increases.

Keywords: Permintaan dan Islam.

Pendahuluan

Dalam kajian ekonomi secara mikro, pembahasan didasarkan pada perilaku individu sebagai pelaku ekonomi yang berperan menentukan tingkat harga dalam proses mekanisme pasar. Mekanisme pasar itu sendiri adalah interaksi yang terjadi antara permintaan (*demand*) dari sisi konsumen dan penawaran (*supply*) dari sisi produsen, sehingga harga yang diciptakan merupakan perpaduan dari kekuatan masing-masing pihak tersebut. Oleh karena itu, maka perilaku permintaan dan penawaran merupakan konsep dasar dari kegiatan ekonomi yang lebih luas. Permintaan dan penawaran adalah dua kata yang paling sering digunakan oleh para ekonom, Keduanya merupakan kekuatan-kekuatan yang membuat perekonomian pasar bekerja. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan atau peristiwa akan mempengaruhi perekonomian, terlebih

dahulu harus dipikirkan tentang pengaruh keduanya terhadap permintaan dan penawaran.¹

Pandangan ekonomi Islam mengenai permintaan, penawaran dan mekanisme pasar ini relatif sama dengan ekonomi konvensional, namun terdapat batasan-batasan dari individu untuk berperilaku ekonomi yang sesuai dengan aturan syariah. Dalam ekonomi Islam, norma dan moral “Islami” yang merupakan prinsip Islam dalam berekonomi, merupakan faktor yang menentukan suatu individu maupun masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonominya sehingga teori ekonomi yang terjadi menjadi berbeda dengan teori pada ekonomi konvensional. Dalam naskah jurnal ini, penulis bermaksud untuk membahas tentang bagaimana teori permintaan dalam Islam.

Pengertian Permintaan

Menurut Ibnu Taimiyyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fi al-syai’*. Diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta². 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 mengonsumsi barang yang halal dan thayyib. Aturan Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh terhadapnya muslim tersebut. Di saat darurat seorang muslim dibolehkan mengonsumsi barang haram secukupnya.

Selain itu, dalam ajaran Islam, orang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta diperbolehkan untuk membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah berapapun yang diinginkannya. Batasan anggaran (*budget constrain*) belum cukup dalam membatasi konsumsi. Batasan lain yang harus diperhatikan adalah bahwa seorang muslim tidak berlebihan (*israf*) dan harus mengutamakan kebaikan (*maslahah*).

¹N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi mikro* (Jakarta: Erlangga, 2004), 39.

²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 31.

Islam tidak menganjurkan permintaan terhadap suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan dan kemubadziran. Bahkan islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nisab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infak dan shadaqah.³

Sedangkan dalam teori ekonomi konvensional, permintaan adalah sejumlah barang yang akan dibeli atau yang diminta pada tingkat harga tertentu dalam waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu. Contoh permintaan adalah di pasar tradisional yang bertindak sebagai permintaan adalah pembeli sedangkan penjual sebagai penawaran. Ketika terjadi transaksi antara pembeli dan penjual maka keduanya akan sepakat terjadi transaksi pada harga tertentu yang mungkin hasil dari tawar menawar yang cukup lama.

Masyarakat selaku konsumen harus membeli barang atau jasa keperluannya di pasar. Keadaan ini mengandaikan bahwa barang atau jasa itu memiliki tingkat harga tertentu. Adanya berbagai macam harga di pasar selanjutnya mengandaikan adanya kondisi yang mempengaruhi. Adapun unsur-unsur yang terdapat pada permintaan yakni barang atau jasa, harga dan kondisi yang mempengaruhi.

Jadi permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga. Model permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kuantitas yang terjual di pasar. Model ini sangat penting untuk melakukan analisa ekonomi mikro terhadap perilaku para pembeli dan penjual, serta interaksi mereka di pasar. Ia juga digunakan sebagai titik tolak bagi berbagai model dan teori ekonomi lainnya.

Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang diminta oleh konsumen dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas. Model ini mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah

³Umar Faruq, *Teori Permintaan dalam Ekonomi Islam dan Konvensional*, dalam <http://umar-faruq/teori-permintaan-dalam-ekonomi-islam-dan-konvensional/html> diunggah pada 12 September 2014.

keseimbangan, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.⁴

Hukum Permintaan

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

1. Apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut, dan sebaliknya apabila barang tersebut turun, konsumen akan menambah pembelian terhadap barang tersebut.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen berkurang, sehingga memaksa konsumen mengurangi pembelian, terutama barang yang akan naik harganya.⁵

Pada hukum permintaan berlaku asumsi *ceteris paribus*. Artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap/ *ceteris paribus*). Kemudian dalam hukum permintaan terhadap barang halal sama dengan permintaan dalam ekonomi pada umumnya, yaitu berbanding terbalik terhadap harga, apabila harga naik, maka permintaan terhadap barang halal tersebut berkurang, dan sebaliknya, dengan asumsi *ceteris paribus*.⁶

⁴Faiza Ulfa, *Pengertian Permintaan dan Penawaran*, dalam <http://faizaulfa/pengertian-permintaan-dan-penawaran/html>. diunggah pada 12 Oktober 2013.

⁵Sadono Sukirno, *Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Rajawali Press), 78.

⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 33.

Elastisitas dalam Permintaan (*Elasticity of Demand*)

Konsep elastisitas memiliki peranan penting dalam menganalisa masalah-masalah bisnis. Banyak keputusan bisnis yang diambil dengan keputusan elastisitas, seperti elastisitas permintaan. Selama hukum permintaan berlaku bagi produk yang dihasilkan, maka jika perusahaan menentukan harga barang terlalu tinggi, maka perusahaan itu akan kesulitan mencapai tingkat penjualan tinggi. Menurut hukum permintaan, semakin tinggi harga, maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan sedikit.⁷

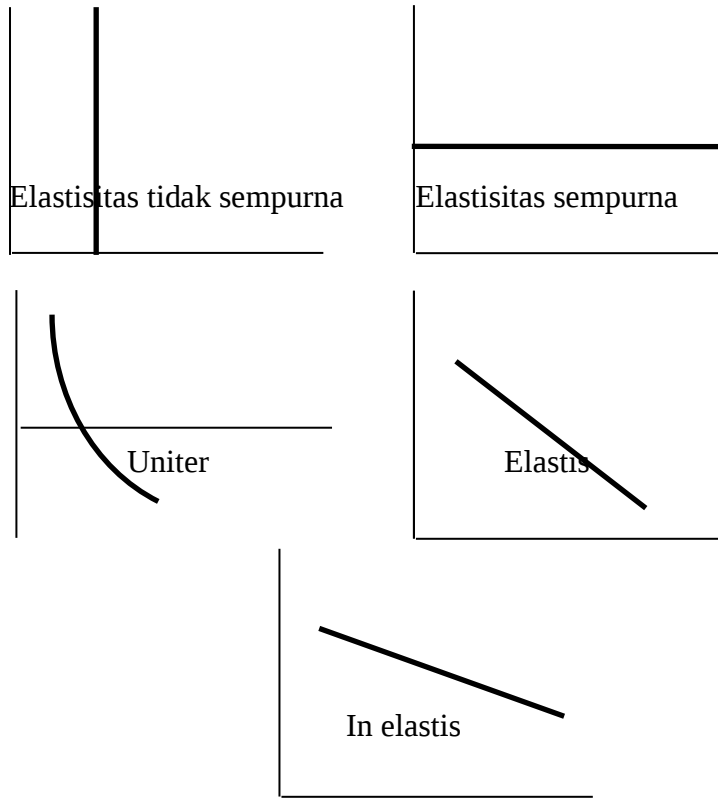
Dalam menentukan kebijakan harga pokok produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut harus mampu mengenali karakteristik permintaan harga pasar terhadap barang produk yang dihasilkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan:

1. Harga produk. Konsumen mau dan mampu membeli produk dengan jumlah yang banyak pada tingkat harga yang lebih rendah.
2. Harga produk lain yang berhubungan. Perubahan harga produk lain yang memiliki hubungan saling mengganti mempengaruhi permintaan pasar produk dengan arah yang berlawanan.
3. Penghasilan konsumen. Kenaikan penghasilan konsumen mengakibatkan daya beli konsumen meningkat dan selanjutnya akan meningkatkan permintaan pasar terhadap barang produk.
4. Selera dan preferensi konsumen. Peningkatan selera dan preferensi konsumen terhadap suatu produk akan meningkatkan permintaan pasar terhadap produk tersebut.
5. Harapan. Konsumen mempunyai harapan bahwa masa yang akan datang akan terjadi kenaikan harga, atau kenaikan pendapatan konsumen, atau kelangkaan produk tersebut dipasar akan mendorong konsumen membeli produk tersebut akan lebih banyak.
6. Jumlah konsumen. Permintaan pasar merupakan penjumlahan dari permintaan individual. Dengan demikian, semakin banyak konsumen, akan jumlah permintaan pasar terhadap barang produk tersebut akan semakin banyak pula.⁸

⁷Makalah *Permintaan dan Penawaran*, dalam <http://makalah-permintaan-dan-penawaran.blogspot.com> diunggah pada 12 Oktober 2013.

⁸Makalah: *Permintaan dan Penawaran te-mik1*, pdf 2006, 6-7.

Adapun bentuk-bentuk elastisitas permintaan di antaranya adalah:



Adapun beberapa jenis elastisitas, antara lain:⁹

1. Elastisitas permintaan silang adalah koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan terhadap harga barang lain. Besarnya elastisitas silang (E_c) dapat dihitung berdasarkan kepada rumus berikut:

$$E_c = \frac{\text{Presentasi perubahan jumlah barang X yang diminta}}{\text{Presentasi perubahan harga barang Y}}$$

2. Elastisitas permintaan pendapatan, adalah koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang sebagai akibat daripada perubahan pendapatan pembeli. Besarnya elastisitas permintaan pendapatan (E_y) dapat ditentukan menggunakan rumus berikut:

⁹*Ibid*, 11.

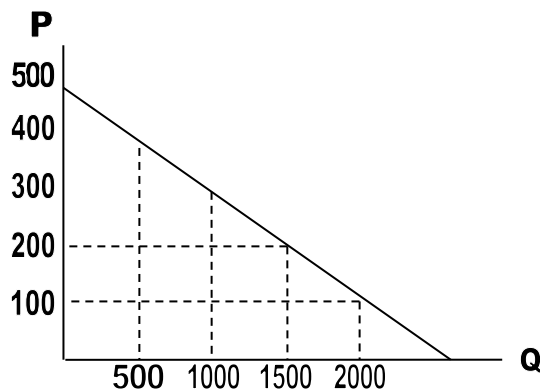
$$EY = \frac{\text{Presentasi perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Presentasi perubahan pendapatan}}$$

Kurva Permintaan

Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta yang mempunyai sifat hubungan terbalik.¹⁰

Semisal dalam daftar permintaan, digambarkan bahwa:

P (Harga)	Q (Kuantitas)
100	2000
200	1500
300	1000
400	500
500	0



Fungsi permintaan: $Q = a - bp$

¹⁰*Ibid*, 2.

Dalam fungsi di atas, dapat dicontohkan sebagai berikut:

P (Harga)	Q (Kuantitas)
2	30
4	26
6	22
8	20
10	16

$$Q_d = a - bp$$

$$30 = a - 2p$$

$$26 = a - 4p$$

$$4 = 2b$$

$$b = \frac{4}{2} = 2$$

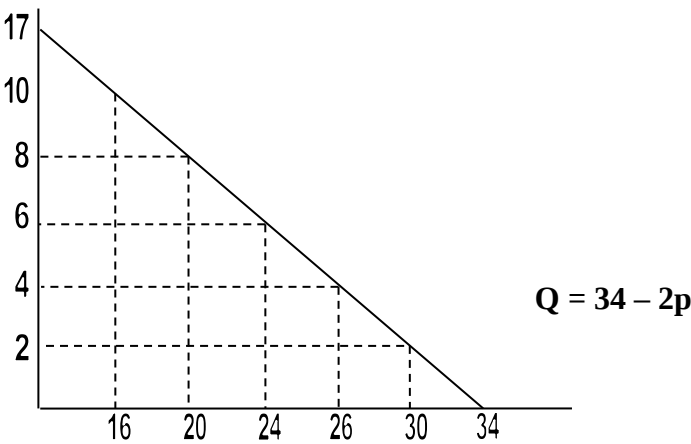
$$30 = a - 2.(2) \rightarrow p = 0 \rightarrow Q = 34$$

$$30 = a - 4$$

$$a = 30 + 4$$

$$a = 34$$

$$Q = 34 - 2p$$



Konsumsi Intertemporal dalam Ekonomi Islam

Konsumsi intertemporal (dua periode) adalah konsumsi yang dilakukan dalam dua waktu yaitu masa sekarang (periode pertama) dan masa yang akan datang (periode kedua). Monzer Kahf berusaha mengembangkan pemikiran konsumsi intertemporal Islami, dengan memulai membuat asumsi sebagai berikut:

1. Islam dilaksanakan oleh masyarakat
2. Zakat hukumnya wajib
3. Tidak ada riba dalam perekonomian
4. Mudarabah merupakan wujud perekonomian
5. Perilaku ekonomi mempunyai perilaku memaksimalkan

Dalam konsep Islam konsumsi intertemporal dijelaskan oleh hadits Rasulullah SAW yang maknanya adalah “*Yang kamu miliki adalah apa yang telah kamu makan dan apa yang telah kamu infakkan*”. Oleh karena itu persamaan pendapatan menjadi:

$$Y = (C + \text{Infak}) + S$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

C = Konsumsi

S = Sedekah

Secara grafis, hal ini seharusnya digambarkan dengan tiga dimensi. Namun untuk kemudahan penyajian, grafis digambarkan dengan dua dimensi sehingga persamaan ini disederhanakan menjadi:

$$Y = FS + S$$

Dengan $FS = C + \text{Infak}$

FS adalah *Final Spending* (konsumsi akhir di jalan Allah).

Penyederhanaan ini memungkinkan untuk menggunakan alat analisis grafis yang biasa digunakan dalam teori konsumsi, yaitu memaksimalkan *utility function* (fungsi utilitas) dengan *budget line* (garis anggaran) tertentu atau meminimalkan garis anggaran dengan fungsi utilitas tertentu.¹¹

¹¹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 66-67.

Kesimpulan

Dalam teori ekonomi konvensional, permintaan adalah sejumlah barang yang akan dibeli atau yang diminta pada tingkat harga tertentu dalam waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu.

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat.

Konsep elastisitas memiliki peranan penting dalam menganalisa masalah-masalah bisnis. Banyak keputusan bisnis yang diambil dengan keputusan elastisitas, seperti elastisitas permintaan. Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Konsumsi intertemporal (dua periode) adalah konsumsi yang dilakukan dalam dua waktu yaitu masa sekarang (periode pertama) dan masa yang akan datang (periode kedua).

Daftar Pustaka

- Ulfa, Faiza, *Pengertian, Permintaan dan Penawaran*, dalam <http://faizaulfa/pengertian-permintaan-dan-penawaran/html>. diunggah pada 12 September 2014.
- Makalah Permintaan dan Penawaran*, dalam <http://makalah-permintaan-dan-penawaran@blogspot.com> diunggah pada 12 Oktober 2013.
- Faruq Umar, *Teori Permintaan dalam Ekonomi Islam dan Konvensional*, dalam <http://umar-faruq/teori-permintaan-dalam-ekonomi-islam-dan-konvensional/html>. diunggah pada 12 Oktober 2013.
- Karim, Adiwarman, A. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Makalah. 2006. *Permintaan dan Penawaran*. pdf.
- Makalah. 2009. *Permintaan dan Penawaran te-mik1*. pdf.

N. Gregory Mankiw, 2004. *Pengantar Ekonomi Mikro* Jakarta: Erlangga, 2004.

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