

Analisis Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro dalam Konsep Permintaan Menurut Perspektif Islam: Suatu Kajian Studi Pustaka

Dian Wirna Ningsih, Mahyarni, Kiki Hardiansyah Siregar

¹Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: dianwirna95@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: Mahyarni@uin-suska.ac.id

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: kiki.hardiansyah.siregar@uin-suska.ac.id

ABSTRACT

The concept of demand is one of the fundamental principles in microeconomics, explaining the relationship between the price of a good and the quantity demanded by consumers. From an Islamic perspective, the concept of demand is not solely based on rational economic considerations but is also influenced by moral, ethical, and Sharia (Islamic law) values. This study analyzes the microeconomic principles underlying the concept of demand from an Islamic viewpoint. Unlike conventional theory, which bases demand on price, income, and consumer preferences, Islamic economics emphasizes that demand is also guided by Sharia values such as halal-haram (permissibility), justice, public interest (maslahah), and moderation in consumption. This research employs a literature review method, examining both classical and contemporary sources, including the thoughts of al-Ghazali, Ibn Taymiyyah, al-Shatibi, M. Umer Chapra, and Adiwarmam Karim, along with empirical studies on Muslim consumption behavior. The findings reveal that the Islamic concept of demand has a dual orientation: fulfilling material needs while preserving the objectives of maqasid al-shariah. Thus, demand in Islam is directed toward goods and services that are lawful, beneficial, and free from harm. The study concludes that the Islamic theory of demand offers a more ethical, just, and sustainable alternative to conventional theories, enriching the body of Islamic economic knowledge.

Keywords: *Islamic Microeconomics, Demand, Sharia Principles, Literature Review*

ABSTRAK

Konsep permintaan merupakan salah satu fundamental teori dalam disiplin ilmu ekonomi mikro yang menguraikan keterkaitan antara tingkat harga suatu komoditas dengan kuantitas permintaan dari pihak

konsumen. Dalam kerangka pandangan Islam, konsep permintaan tidak semata berlandaskan pada rasionalitas ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika syariah., tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai moral, etika, dan hukum syariah. Penelitian ini menganalisis prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam konsep permintaan menurut perspektif Islam. Berbeda dengan teori konvensional yang mendasarkan permintaan pada harga, pendapatan, dan preferensi konsumen, ekonomi Islam menekankan bahwa permintaan juga dipandu oleh nilai-nilai syariah seperti halal-haram, keadilan, kemaslahatan (masalah), dan moderasi dalam konsumsi. Kajian ini menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah literatur klasik dan kontemporer, termasuk pemikiran al-Ghazali dengan judul *Ihya Ulumuddin* dan disertai penelitian empiris tentang perilaku konsumsi Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep permintaan Islam memiliki orientasi ganda, yakni pemenuhan kebutuhan material sekaligus menjaga tujuan maqasid al syariah. Dengan demikian, permintaan dalam Islam diarahkan pada barang dan jasa yang halal, bermanfaat, dan tidak menimbulkan mudarat. Kajian ini menyimpulkan bahwa teori permintaan Islam dapat menjadi alternatif yang lebih etis, adil, dan berkelanjutan dibanding teori konvensional, sekaligus memperkaya khazanah ilmu ekonomi Islam..

Kata Kunci: Ekonomi Mikro Islam, Permintaan, Prinsip Syariah, Studi Pustaka

PENDAHULAN

Kajian terhadap konsep permintaan merupakan bagian penting dalam studi mikroekonomi, karena memberikan dasar untuk memahami perilaku konsumen dan mekanisme pasar. Melalui pendekatan ini, seorang ekonom dapat mengeksplorasi berbagai fenomena ekonomi, baik dalam kerangka teori ekonomi konvensional maupun pendekatan ekonomi Islam. Analisis permintaan membantu dalam mengidentifikasi bagaimana perubahan harga memengaruhi jumlah barang dan jasa (komoditas) yang diminta, serta bagaimana variabel ekonomi lainnya saling berinteraksi. Selain itu, kajian ini juga berguna untuk menilai pengaruh kebijakan serta campur tangan pemerintah terhadap keseimbangan pasar. (Yasinta et al., 2025)

Ekonomi mikro adalah salah satu bidang dalam ilmu ekonomi yang menitikberatkan kajian pada perilaku ekonomi individu, rumah tangga, serta entitas bisnis dalam pengambilan keputusan terkait aktivitas konsumsi, produksi dan distribusi. Salah satu konsep penting dalam ekonomi mikro adalah permintaan, yang pada umumnya dipahami sebagai Korelasi antara harga yang ditetapkan dan jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi oleh individu atau rumah tangga. Konsep ini dalam teori konvensional banyak dipengaruhi oleh faktor harga, pendapatan, serta preferensi konsumen. Namun, perspektif Islam memberikan dimensi yang lebih luas karena memasukkan nilai-nilai moral, etika, dan spiritual sebagai bagian dari mekanisme ekonomi.(Amalia et al., 2023)

Dalam pandangan Islam, perilaku permintaan tidak hanya berlandaskan kepentingan material semata, tetapi juga dipandu oleh prinsip-prinsip syariah. Faktor halal dan haram, keadilan, kemaslahatan (masalah), serta prinsip moderasi (wasatiyyah) menjadi landasan penting dalam menentukan pilihan konsumsi. Dengan demikian, permintaan dalam Islam tidak sekadar mengikuti mekanisme pasar, melainkan diarahkan untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, yaitu realisasi Maqasid al-Syariah atau Tujuan pokok dalam syariah yang meliputi perlindungan terhadap agama, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda.

Fenomena konsumsi masyarakat Muslim dewasa ini menunjukkan bahwa aspek nilai dan spiritual masih memainkan peran signifikan dalam perilaku permintaan. Sebagai contoh, adanya peningkatan tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk halal, tren konsumsi berkelanjutan, hingga preferensi terhadap barang dan jasa yang tidak menimbulkan mudarat baik bagi individu maupun lingkungan. Hal ini membuktikan bahwa prinsip permintaan dalam Islam bersifat dinamis, mampu menjawab kebutuhan zaman sekaligus menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan sosial.

Penelitian-penelitian sebelumnya, baik yang bersifat konseptual maupun empiris, telah banyak mengkaji perilaku konsumsi dalam perspektif Islam, seperti pemikiran Al-Ghazali mengenai kebutuhan dasar dan keadilan, analisis Chapra terkait pembangunan berbasis nilai, hingga pandangan kontemporer Adiwarmanto Karim mengenai integrasi sistem ekonomi Islam dengan realitas modern. Namun, kajian yang secara khusus menyoroti prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam konsep permintaan dari perspektif Islam masih relatif terbatas, terutama dalam konteks pengembangan teori alternatif yang lebih etis dan berkelanjutan dibanding teori konvensional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam konsep permintaan menurut perspektif Islam melalui metode studi pustaka. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam serta menjadi rujukan praktis dalam memahami perilaku permintaan masyarakat Muslim secara lebih komprehensif.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Metode ini dipilih karena topik yang dikaji bersifat konseptual dan normatif, sehingga analisis lebih banyak bertumpu pada telaah literatur baik klasik maupun kontemporer. Data primer penelitian bersumber dari karya-karya ulama klasik seperti Al-Ghazali dalam karya bukunya yang berjudul *Ihya Ulumuddin* yang membahas konsep kebutuhan, konsumsi, dan kemaslahatan (*maslahah*). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku-buku kontemporer ekonomi Islam, artikel jurnal nasional maupun internasional terindeks dalam lima tahun terakhir, serta laporan penelitian empiris terkait perilaku konsumsi masyarakat Muslim.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri sumber-sumber ilmiah yang relevan, baik dalam bentuk digital maupun melalui kajian pustaka cetak. Literatur yang dipilih kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, otoritas penulis, dan kebaruan penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan data untuk memilah literatur yang sesuai, klasifikasi data berdasarkan tema seperti teori permintaan konvensional, prinsip syariah dalam konsumsi, serta implementasi konsep permintaan Islam dalam praktik, kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif melalui perbandingan antara perspektif konvensional dan Islam. Dari proses tersebut disusun sintesis untuk menarik kesimpulan utama penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teori Permintaan dalam Ekonomi Konvensional

Dalam perspektif ekonomi konvensional, hukum permintaan menjelaskan bahwa ketika harga suatu barang mengalami penurunan, jumlah barang yang diminta oleh konsumen cenderung meningkat, dan sebaliknya, apabila harga naik maka permintaan akan menurun. Selain itu, tingkat permintaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti pendapatan konsumen, harga barang pengganti (substitusi), harga barang pelengkap (komplementer), serta ekspektasi konsumen terhadap kondisi ekonomi di masa mendatang..(Elvira, 2016) Teori permintaan dalam ekonomi mikro konvensional mendefinisikan permintaan sebagai hubungan negatif hubungan antara harga dan volume barang yang diminta, dengan mengasumsikan faktor-faktor penentu lainnya berada dalam kondisi konstan seperti (pendapatan, preferensi, barang substitusi/komplementer, ekspektasi) tetap (*ceteris paribus*).

Faktor yang mempengaruhi permintaan Konvensional: (Makin et al., 2023)

- a. Harga Barang, Tingkat harga suatu barang atau jasa memiliki pengaruh langsung terhadap jumlah permintaan. Ketika harga mengalami kenaikan, kuantitas permintaan cenderung menurun, sedangkan apabila harga menurun, permintaan umumnya meningkat.
- b. Pendapatan, Tingkat pendapatan masyarakat berperan penting dalam menentukan kapasitas konsumsi dan volume permintaan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kemampuan untuk membeli barang dan jasa meningkat, dan sebaliknya, pendapatan yang rendah akan menekan jumlah permintaan.
- c. Kebutuhan, Intensitas dan urgensi kebutuhan konsumen terhadap suatu barang atau jasa turut memengaruhi besarnya permintaan. Kebutuhan yang bersifat mendesak atau penting akan mendorong peningkatan permintaan, sedangkan kebutuhan yang tidak mendesak cenderung menurunkan tingkat permintaan.
- d. Distribusi Pendapatan, Pemerataan pendapatan dalam masyarakat juga menjadi faktor penentu permintaan. Semakin merata distribusi pendapatan, maka daya beli masyarakat meningkat, yang berdampak pada kenaikan jumlah permintaan barang dan jasa. Sebaliknya, ketimpangan pendapatan akan menurunkan tingkat permintaan
- e. Pertumbuhan Penduduk, Jumlah penduduk merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat permintaan terhadap barang dan jasa. Semakin besar jumlah populasi, maka kebutuhan konsumsi masyarakat juga akan meningkat, sehingga permintaan agregat cenderung naik. Sebaliknya, jumlah penduduk yang sedikit akan berimplikasi pada rendahnya tingkat permintaan.
- f. Selera atau Preferensi Konsumen, Perubahan selera masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perkembangan lingkungan sosial, kemajuan teknologi, serta peningkatan tingkat pendidikan. Perubahan tersebut dapat menggeser pola konsumsi, misalnya masyarakat yang sebelumnya lebih memilih tempat makan sederhana, kini cenderung memilih restoran atau kafe modern sebagai bagian dari perubahan gaya hidup.

- g. Barang Pengganti (Substitusi), Ketersediaan barang pengganti juga berperan dalam menentukan besarnya permintaan terhadap suatu produk. Ketika harga suatu barang naik atau barang tersebut langka di pasaran, konsumen akan beralih pada produk lain yang memiliki fungsi serupa, sehingga permintaan terhadap barang pengganti meningkat. Sebaliknya, jika barang utama mudah diperoleh dan harganya stabil, maka permintaan terhadap barang substitusi akan menurun.

Kelemahannya dalam permintaan dalam konvensional yaitu tidak memasukkan aspek moral, etika, spiritual, atau norma agama. Konsumsi berlebihan, produk haram/hanya keinginan, dan dampak sosial / lingkungan sering diabaikan.

2. Teori Permintaan dalam Ekonomi Islam

Pemikiran para tokoh Islam dari klasik hingga kontemporer menunjukkan kesinambungan yang menarik dalam menjelaskan teori permintaan. Al-Ghazali dalam karya bukunya yang berjudul *Ihya Ulumuddin* menekankan bahwa permintaan tidak boleh dilepaskan dari kebutuhan nyata dan prinsip keadilan. Ia membagi kebutuhan manusia ke dalam tiga tingkatan, yaitu *daruriyyat* (kebutuhan pokok), *hajiyyat* (pendukung), dan *tahsiniyyat* (pelengkap). (A, 1963) Menurutnya, permintaan terhadap barang halal yang masuk kategori *daruriyyat* adalah kewajiban, sementara permintaan yang berlebihan atau pada barang haram harus dihindari. Pemikirannya menekankan bahwa permintaan dalam Islam bukan hanya persoalan rasionalitas ekonomi, melainkan juga persoalan moral dan spiritual, dengan tujuan menjaga keseimbangan hidup dunia dan akhirat. (Mohammad, 2022)

Ibnu Taimiyah, di sisi lain, memberikan penjelasan yang lebih praktis terkait mekanisme pasar. Ia berpendapat bahwa naik-turunnya harga tidak semata akibat kecurangan pedagang, tetapi juga karena faktor permintaan dan ketersediaan barang. Dengan demikian, ia sudah memahami hukum permintaan dan penawaran sebagai fenomena alamiah ekonomi. Namun, Ibnu Taimiyah juga menegaskan bahwa permintaan hanya sah pada barang halal, dan menolak penetapan harga yang zalim. Intervensi pemerintah dibolehkan jika terjadi monopoli atau eksploitasi yang merugikan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa teori permintaan menurutnya selalu dikaitkan dengan aspek moral dan keadilan sosial. (Akbar & Rusyana, 2022)

Asy-Syatibi kemudian memperluas kerangka ini dengan menekankan *maqashid al-syariah* sebagai landasan utama teori permintaan. Dalam karyanya *al-Muwafaqat*, ia menjelaskan bahwa seluruh aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi, harus diarahkan untuk menjaga jiwa, akal agama, keturunan, dan harta. Seperti halnya Al-Ghazali, ia membagi kebutuhan manusia ke dalam *daruriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyat*, tetapi lebih menekankan bahwa pemenuhan permintaan hanya sah apabila mendukung pencapaian masalah. Permintaan yang merusak, tidak bermanfaat, atau berlebihan dianggap

bertentangan dengan tujuan syariah. Dengan demikian, asy-Syatibi memberikan dasar filosofis yang kuat bahwa permintaan dalam Islam selalu diarahkan pada kemaslahatan individu dan masyarakat.(Akbar & Rusyana, 2022)

Memasuki era kontemporer, M. Umer Chapra mengaitkan teori permintaan dengan pembangunan berbasis nilai. Ia menolak pandangan konvensional yang menjadikan kepuasan pribadi (*utility maximization*) sebagai tujuan utama. Menurut Chapra, permintaan dalam Islam harus dipandu oleh *maqashid al-syariah* dan orientasi masalah, sehingga tidak semua barang yang diinginkan pasar boleh dipenuhi. Permintaan terhadap barang atau jasa yang merusak jiwa, akal, maupun tatanan sosial dianggap tidak sah dalam ekonomi Islam. Baginya, permintaan merupakan instrumen penting dalam pembangunan ekonomi yang berkeadilan, berorientasi pada kesejahteraan, dan menjamin *falah* (kebahagiaan dunia-akhirat).(Anindya Aryu Inayati, 2013)

Sementara itu, Adiwarmar Karim menekankan pentingnya integrasi teori permintaan Islam dengan realitas modern. Ia melihat bahwa konsumen muslim memiliki pola permintaan yang khas karena mempertimbangkan halal-haram serta keberkahan dalam konsumsi. Hal ini membuat hukum permintaan dalam Islam berbeda dari teori konvensional, karena barang haram tidak akan diminta meskipun murah, sedangkan kebutuhan pokok tetap akan diminta meskipun harganya naik. Adiwarmar juga menekankan perlunya inovasi dalam sistem keuangan dan ekonomi syariah agar dapat bersaing dengan sistem konvensional, sembari tetap menjaga prinsip *maqashid al-syariah*. Pandangan ini menunjukkan bahwa teori permintaan Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga harus aplikatif dan adaptif terhadap perkembangan pasar modern.(Adiwarmar, 2015)

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemikiran Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah, asy-Syatibi, Chapra, dan Adiwarmar Karim saling melengkapi dalam merumuskan teori permintaan Islam. Al-Ghazali menekankan aspek normatif kebutuhan dasar dan keadilan, Ibnu Taimiyah menyoroti mekanisme pasar dan keadilan distribusi, asy-Syatibi menegaskan *maqashid al-syariah* sebagai pedoman, Chapra mengaitkan permintaan dengan pembangunan berbasis nilai, sedangkan Adiwarmar Karim menekankan aspek praktis integrasi dengan realitas modern. Dengan demikian, Teori permintaan dalam perspektif ekonomi Islam memiliki karakteristik yang khas, karena tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor harga dan pendapatan, tetapi juga oleh nilai-nilai syariah seperti kehalalan, kemaslahatan, serta orientasi terhadap *falah* (kebahagiaan dan kesejahteraan dunia akhirat) yang menjadi landasan utama sistem ekonomi Islam.

Ekonomi Islam menitikberatkan pada penerapan nilai-nilai keadilan, tanggung jawab sosial, solidaritas, serta keseimbangan dalam setiap aspek kegiatan ekonomi. Melalui penerapan prinsip-prinsip tersebut, tujuan utama ekonomi Islam adalah mewujudkan sistem ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan

material, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan spiritual dan sosial masyarakat. Implementasi yang efektif dari prinsip-prinsip ini dapat membantu menciptakan masyarakat yang harmonis, sejahtera, dan adil, sertamendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.(Masneldy, 2011)

Ekonomi Islam bukan hanya sistem yang mengatur aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi sarana untuk mencapai tujuan sosial dan moral. Permintaan dan penawaran yang adil dapat menciptakan keseimbangan di masyarakat, di mana setiap individu merasa diuntungkan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Dengan demikian, ekonomi Islam tidak semata-mata berorientasi pada aspek teknis, tetapi juga menekankan dimensi etis sebagai landasan fundamental dalam setiap aktivitas ekonomi.(Zainuddin & Nuryadin, 2024)

Selain itu, prinsip keadilan dalam ekonomi mikro Islam menuntut agar harga barang dan jasa ditetapkan secara adil, tidak menimbulkan eksploitasi, dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian) atau riba (bunga). Hal ini mempengaruhi pola permintaan karena konsumen akan lebih selektif dan mempertimbangkan aspek moral dan etika dalam pengambilan keputusan pembelian. Pembahasan juga menyoroti bahwa permintaan dalam ekonomi Islam dipengaruhi oleh konsep maslahat (kemaslahatan) dan larangan terhadap pemborosan (israf). Oleh karena itu, permintaan yang muncul haruslah proporsional dan tidak berlebihan, sehingga menciptakan keseimbangan antara kebutuhan individu dan kepentingan sosial(Iqbal et al., 2022)

Dalam perspektif Islam, permintaan tidak semata ditentukan oleh daya beli dan keinginan konsumen, tetapi juga dibatasi oleh prinsip kehalalan, kebutuhan yang nyata, serta nilai keadilan dalam konsumsi. Menurut Al-Ghazali dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, kegiatan konsumsi seharusnya diarahkan untuk mendukung pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, bukan sekadar untuk memenuhi kepuasan hawa nafsu atau keinginan duniawi semata.(Ismail & Arshad, 2009)

Konsep permintaan Islami merupakan adaptasi dari teori permintaan konvensional yang diselaraskan dengan prinsip moral dan hukum syariah. Dalam konteks ini, penggunaan harta oleh individu Muslim tidak hanya dibatasi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh nilai-nilai spiritual dan sosial. Prinsip-prinsip seperti penghindaran terhadap israf (pemborosan), pencapaian kemaslahatan (masalah), serta pengendalian hawa nafsu konsumtif menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku ekonomi yang beretika. Selain itu, ajaran zakat dalam Islam menegaskan dimensi sosial dari kekayaan, di mana pemilik harta diwajibkan untuk menyalurkan sebagian dari kekayaannya kepada mereka yang kurang mampu. Hal ini menegaskan bahwa tujuan akhir konsumsi dalam Islam bukan sekadar kepuasan material, melainkan pencapaian kesejahteraan spiritual dan keadilan sosial..(Adiwarman, 2015)

Dalam perspektif ekonomi Islam, permintaan yang sehat merujuk pada pola konsumsi yang didorong oleh kebutuhan yang nyata dan rasional, bukan oleh nafsu keinginan yang tidak terbatas. Prinsip ini sejalan dengan konsep fard kifayah, yang

menegaskan bahwa setiap individu Muslim memiliki tanggung jawab sosial dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara kolektif.

Oleh karena itu, perilaku konsumsi yang berorientasi pada kemewahan dan pemborosan dianggap bertentangan dengan nilai-nilai syariah, karena dapat menghambat distribusi kekayaan yang adil. Islam mendorong agar kelebihan harta digunakan untuk tujuan filantropi, seperti infak, zakat, dan sedekah, guna meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi. (Maha Rani, 2025)

3. Prinsip-Prinsip Permintaan dalam Islam

Dalam teori permintaan Islam, komoditas yang dikaji merujuk pada hubungan antara dua jenis barang yang memenuhi kriteria kehalalan sesuai dengan prinsip syariah. Artinya, analisis terhadap perilaku permintaan dalam konteks ini hanya mencakup barang dan jasa yang halal serta diperbolehkan penggunaannya menurut hukum Islam. Selain itu, dalam teori permintaan Islami akan dibahas bagaimana kedua barang tersebut saling berhubungan dalam suatu aktivitas ekonomi, terutama berkaitan dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Prinsip prioritas kebutuhan menjadi dasar utama dalam permintaan Islami dan mengesampingkan urusan duniawi seperti kepuasan dunia. Hal tersebut muncul karena rasionalitas seorang *Maslahah-oriented Economic Man* akan selalu konsisten terhadap nilai dan prinsip moral Islam, yaitu kemaslahatan atau kesuksesan dunia akhirat. (Adiwarman, 2015)

Secara keseluruhan, prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam konsep permintaan menurut perspektif Islam menekankan integrasi antara aspek ekonomi dan nilai-nilai moral, yang bertujuan menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan, dan membawa kesejahteraan dunia serta akhirat. Studi pustaka ini memperkuat pemahaman bahwa permintaan dalam ekonomi Islam bukan hanya fenomena ekonomi, tetapi juga fenomena sosial dan spiritual yang harus dipahami secara holistik.

Beberapa prinsip penting permintaan dalam perspektif Islam antara lain:

- a. Prinsip Halal dan Thayyib: Hanya barang yang halal dan bermanfaat yang boleh diminta. Islam menetapkan bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal (diperbolehkan) dan baik. Permintaan hanya berlaku pada barang/jasa yang halal dan baik. Seperti Firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi sehat dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (QS. Al-Baqarah: 168).

Konsumsi barang haram tidak termasuk dalam permintaan sah menurut Islam. Konsumen Muslim wajib menghindari yang haram. Secara tekstual Qur'an & Hadith sering menekankan “makan dari yang halal dan baik” sebagai dasar etika konsumsi.

Referensi terkait: “*Demand Theory of Sharia Micro Economic Perspective*”.(Makrifah & Rahman, 2023) menjelaskan bahwa dalam perspektif mikroekonomi syariah, norma dan moral Islam membatasi perilaku konsumen.

Secara empiris terkini menunjukkan bahwa kesadaran halal, label halal / sertifikasi, dan kualitas produk halal (halal brand perceived quality) adalah faktor kuat yang mempengaruhi permintaan produk halal. Misalnya penelitian tentang *Halal Product Brand Quality dan Purchase Intention* (tahun terbaru) menemukan bahwa persepsi terhadap label halal / sertifikasi cukup dominan sebagai aspek keputusan membeli. Dan berbagai penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal menjadi faktor utama dalam permintaan masyarakat Muslim. Penelitian.(Febriandika et al., 2023) menemukan bahwa generasi Z Muslim menempatkan religiusitas dan gaya hidup Islami sebagai faktor dominan dalam keputusan membeli produk halal. Begitu pula.(Jusman et al., 2024) yang menekankan bahwa label halal, sertifikasi, dan kualitas merek halal (halal brand perceived quality) berpengaruh signifikan terhadap intensi membeli.

Penelitian internasional juga mendukung temuan ini. Studi empiris tentang *Millennial Muslims’ Purchase Intention pada produk halal Korea*.(Zahra et al., 2023) membuktikan bahwa persepsi konsumen terhadap kehalalan, kualitas, dan kepercayaan merek menjadi faktor kunci permintaan.

- b. Masalah dan Tujuan Umum Syariah (Maqasid al-Syariah) : Permintaan harus memberi manfaat bagi individu maupun masyarakat. Masalah: manfaat/kebaikan bagi individu dan masyarakat. Konsumsi yang membawa manfaat material dan spiritual, tidak menimbulkan mudarat (kerugian). Dalam kerangka Maqasid al-Syariah, terdapat lima unsur pokok yang menjadi tujuan universal hukum Islam, yaitu pemeliharaan agama (al-din), perlindungan jiwa (al-nafs), penjagaan akal (al-‘aql), pelestarian keturunan (al-nasl), dan pengamanan harta (al-mal). Keseluruhan prinsip ini berfungsi sebagai panduan etis dan normatif dalam setiap aktivitas ekonomi dan sosial umat Islam. Permintaan menurut Islam harus mempertimbangkan kelima aspek ini.

Salah satu perbedaan mendasar permintaan Islam dibanding teori konvensional adalah orientasi keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial. Konsumsi tidak boleh semata-mata berorientasi pada utilitas pribadi, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan, keadilan, dan kemaslahatan. Hal ini sejalan dengan pandangan.(Adiwarman, 2015) yang menekankan bahwa sistem ekonomi Islam bertujuan menciptakan kesejahteraan holistik, bukan sekadar pertumbuhan material.

Studi (Jusman et al., 2024) tentang perilaku konsumsi milenial mendukung hal ini, di mana preferensi halal dipadukan dengan kesadaran lingkungan (sustainable consumption). Dengan demikian, permintaan Islam tidak hanya halal secara syariah, tetapi juga thayyib (baik) bagi lingkungan dan masyarakat.

Misalnya artikel “*The Concept Of Mashlahah In Consumer Behavior of the Moslem*” yang menjelaskan bagaimana konsumen Muslim memperhatikan kepatuhan syariah dan menjaga keseimbangan konsumsi material & spiritual. Dan juga istilah masalah al-mursalah dan istishlah digunakan dalam ekonomi syariah praktek untuk situasi-baru di mana hukum syariah belum spesifik mengatur.(Sari, n.d.)

- c. Menghindari Israf : Konsumsi harus proporsional, tidak berlebihan (israf) dan tidak kikir (taqtir). Moderasi adalah prinsip bahwa konsumsi tidak boleh berlebihan (israf), tidak boros, tidak pula kekurangan yang merugikan kesejahteraan. Keseimbangan antara keperluan dan keinginan. Pada Artikel *Theory of Consumer Behavior: An Islamic Perspective*.(Khan, 2020) membahas bagaimana hukum permintaan tradisional dimodifikasi dengan memasukkan kecenderungan ke arah moderasi, ekstravaganza, kekikiran, dan pemborosan.
- d. Dimensi Moral dan Syariah sebagai Variabel Penting : Pada penelitian yang berjudul “*Demand Theory of Sharia Micro Economic Perspective*” (Makrifah & Rahman, 2023) menunjukkan bahwa teori permintaan menurut Islam menempatkan variabel moral (misalnya nilai halal-haram) dan konsep Maqasid al-Syariah sebagai bagian tak terpisahkan dari perilaku agent ekonomi yang meminta barang atau jasa.

Begitu pula artikel “*Theory of Consumer Behavior: An Islamic Perspective*” (Khan, 2020) menambah bahwa dalam perilaku konsumen Muslim, konsep seperti moderasi (wasatiyyah), pemborosan (waste), kekikiran (niggardliness), dan extravagance memiliki peran: mereka membedakan bagaimana permintaan tidak sekadar ditentukan oleh fungsi harga dan pendapatan saja, tetapi juga oleh nilai-nilai syariah yang membatasi dan mengarahkan konsumsi.

Perbedaan Antara Permintaan Konvensional Dengan Permintaan Islam

Aspek	Permintaan Konvensional	Permintaan Islam
Faktor utama	Harga, pendapatan, preferensi, barang substitusi/komplementar.	Harga, pendapatan ditambah nilai moral/syariah: halal-haram, masalah, moderasi.
Tujuan	Kepuasan (utilitas), keuntungan materi.	Kepuasan materi + spiritual, menjaga maqāsid al-sharī‘ah, manfaat sosial.
Batasan konsumsi	Tidak ada batasan moral atau agama secara formal.	Ada batasan: konsumsi tidak boleh haram, mubazir, merusak jiwa, akal, lingkungan.
Orientasi	Individualisme, efisiensi ekonomi.	Kebersamaan / kesejahteraan sosial; etika; keberlanjutan.

4. Hukum Permintaan

Dalam ekonomi mikro konvensional, hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga suatu barang atau jasa meningkat, jumlah permintaan cenderung menurun, dan sebaliknya, penurunan harga akan mendorong peningkatan jumlah permintaan, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Dengan demikian, hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta bersifat negatif atau berbanding terbalik.

Dalam ekonomi Islam, permintaan suatu barang cenderung menurun apabila harga barang meningkat, dengan asumsi bahwa tingkat masalah barang tersebut tetap konstan. Sebaliknya, penurunan harga akan mendorong peningkatan permintaan, selama level masalah tidak berubah. Dengan demikian, konsep masalah berfungsi sebagai *ceteris paribus* dalam menganalisis hubungan antara harga dan kuantitas barang yang diminta.

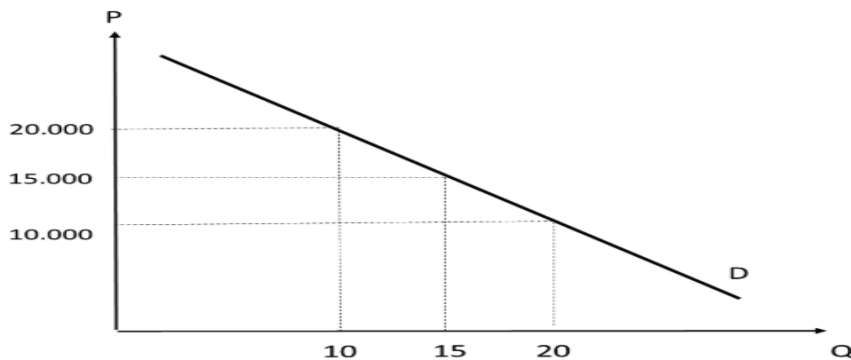
Dalam perspektif Islam, hukum permintaan tidak ditolak, tetapi dimodifikasi oleh nilai-nilai syariah. Artinya, hukum tersebut tetap berlaku sepanjang menyangkut aspek rasionalitas ekonomi, namun harus berada dalam bingkai halal-haram, kebutuhan vs keinginan, serta kemaslahatan.

Beberapa asumsi yang digunakan untuk menjelaskan kurva permintaan ini antara lain:

- a. Dalam kasus permintaan islami, barang yang digunakan adalah barang normal.
- b. *Masalah-oriented Economic Man* akan mengonsumsi produk yang masalahnya lebih tinggi
- c. Semakin tinggi tingkat masalah suatu barang, semakin diminati oleh konsumen *Masalah-oriented Economic Man*.

Dengan kata lain, faktor-faktor lain yang memengaruhi permintaan barang selain harga dianggap konstan, atau dikenal dengan istilah *ceteris paribus*. Dalam perspektif Islam, beberapa variabel yang dijadikan asumsi tetap meliputi tingkat masalah suatu barang, keberkahan, tingkat keimanan, pendapatan, serta faktor-faktor moral dan spiritual lainnya.

Kurva permintaan menggambarkan hubungan antara harga suatu barang dan kuantitas yang diminta. Secara umum, kurva permintaan memiliki kemiringan negatif dari kiri ke kanan, mencerminkan respon rasional seorang “*Masalah-oriented Economic Man*” terhadap perubahan harga, sebagaimana dijelaskan sebelumnya.



Kurva Permintaan Konsumen Terhadap Barang

Harga (P)	Jumlah Barang yang diminta (D)
Rp 30.0005	
Rp 25.000	7
Rp 20.0001	0
Rp 15.000	15
Rp 10.000	25
Rp 5.0003	0

Tabel Harga dan Jumlah Permintaan

Dari kurva tersebut, sumbu vertikal mewakili harga (P), sedangkan sumbu horizontal menunjukkan jumlah barang yang diminta (Q). Kurva ini menggambarkan mekanisme permintaan seorang “Maslahah-oriented Economic Man”, yang terbentuk melalui proses optimisasi kemaslahatan. Ketika harga suatu barang meningkat, konsumen cenderung beralih ke barang alternatif yang memenuhi kriteria masalah yang sama, termasuk kehalalan dan manfaat barang tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan. Selain itu, kenaikan harga barang juga dapat menyebabkan pendapatan seorang konsumen terhadap pendapatan riil akan berkurang. Hal tersebut memberikan dampak secara langsung kepada konsumen untuk memilih barang lain yang tidak mengalami peningkatan harga atau melakukan pengurangan jumlah konsumsi terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. (Adiwarman, 2015)

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam konsep permintaan menurut perspektif Islam tidak hanya berlandaskan pada faktor harga, pendapatan, dan preferensi, tetapi juga dipandu oleh nilai-nilai syariah. Permintaan dalam Islam diarahkan untuk memenuhi kebutuhan materi sekaligus menjaga maqāṣid al-syarī‘ah, sehingga hanya mencakup barang dan jasa yang halal, bermanfaat, serta bebas dari mudarat. Pemikiran tokoh-tokoh klasik seperti al-Ghazali, Ibnu Taimiyah, dan asy-Syatibi menegaskan pentingnya

kebutuhan dasar, keadilan, dan orientasi masalah, sedangkan tokoh kontemporer seperti M. Umer Chapra dan Adiwarmarman Karim menekankan pembangunan berbasis nilai serta integrasi dengan realitas modern. Dengan demikian, teori permintaan Islam menawarkan alternatif yang lebih etis, adil, dan berkelanjutan dibanding teori konvensional, sekaligus menjadi kontribusi penting dalam memperkaya khazanah ilmu ekonomi Islam dan menjawab tantangan ekonomi global saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. M. K. H. (1963). *Terjemahan Ihya Ulumuddin Jilid 1.pdf*.
- Adiwarmarman, K. (2015). *Ekonomi Mikro Islam*. 302.
- Akbar, M. F., & Rusyana, A. Y. (2022). Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah Dan Asy-Syatibi Dihubungkan Dengan Maqashid Al-Syari'Ah. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v2i2.86>
- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(2), 142–156. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.23419>
- Anindya Aryu Inayati. (2013). Pemikiran Ekonomi Islam M. Umer Chapra. *PROFETIKA: Jurnal Studi Islam*, 14(2), 164–176. <http://www.google.com>
- Elvira, R. (2016). TEORI PERMINTAAN (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.32939/islamika.v15i1.35>
- Febriandika, N. R., Wijaya, V., & Hakim, L. (2023). Gen-Z Muslims' purchase intention of halal food: Evidence from Indonesia. *Innovative Marketing*, 19(1), 13–25. [https://doi.org/10.21511/im.19\(1\).2023.02](https://doi.org/10.21511/im.19(1).2023.02)
- Iqbal, I., Kurniasih, E. P., & Handayani, N. (2022). Stability of Demand from the Perspective of Islamic Economics in the Market of Pontianak City, West Kalimantan, Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(12), 158–166. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.61212>
- Ismail, A. G., & Arshad, N. C. (2009). Islamic Economics System: From Principles To Microeconomics and Macroeconomics Fields. *Finance*, 18–19. <http://www.ekonis-ukm.my>
- Jusman, R., Razak, S., & Marzuki, S. N. (2024). Trends in sustainable consumption: Adoption of halal packaged food among millennial. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v4i2.260>
- Khan, M. A. (2020). Theory of Consumer Behavior : An Islamic Perspective. *MPRA Paper*, 104208, 1–36. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/104208/1/MPRA_paper_104208.pdf
- Maha Rani, N. (2025). Analisis Konsep Permintaan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Nilai Spiritual dalam Mempengaruhi Permintaan Konsumen. *Journal of Management (EJoM)*, 3(1), 67–85.
- Makin, A., El Muna, N., & Ashlihah, A. (2023). Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional. *Istismar*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.32764/istismar.v6i01.3425>
- Makrifah, R., & Rahman, M. (2023). Demand Theory of Sharia Micro Economic Perspective. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 3(1), 46–54. <https://doi.org/10.14421/jies.2022.3.1.46-54>

- Masneldy. (2011). Ekonomi Mikro. In *Fakultas Pertanian Univeristas Brawijaya* (Vol. 11, Issue 1). [http://repo.jayabaya.ac.id/675/1/Diktat Ekonomi Mikro.pdf](http://repo.jayabaya.ac.id/675/1/Diktat%20Ekonomi%20Mikro.pdf)
- Mohammad, F. (2022). Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Ekonomi Islam. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 1(1), 59. <http://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/isbank/article/view/17>
- Sari, N. (n.d.). *the Concept of Mashlahah in Consumer Behavior of*.
- Yasinta, M., Anjani, N., & Mughniyanti, M. L. (2025). Analisis Teori Permintaan dan Penawaran dalam Perspektif Ekonomi Islam: Konsep, Prinsip, dan Aplikasinya. *Jurnal Study Islam Tafakur Times*, 1(2), 125. <https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php/jsi/index>
- Zahra, I. A., Said, M., & Muhammad, F. (2023). An Empirical Study on Korean Packaged Halal Food Manufactures: Muslim Millennial Consumers' Purchase Intention. *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science (Ijembis)*, 3(3), 713–725. <https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.153>
- Zainuddin, Z., & Nuryadin, M. B. (2024). Konsep Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro Islam: Perspektif Fiqh Muamalah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2), 327–338. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.11812>