



Teori Penawaran Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Dan Prinsip Ekonomi Syariah: Kajian Pustaka

Achmad Afdillah Rasyid¹, Dr. Sarpini, M. E. Sy.²

¹²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
aarasyid180926@gmail.com¹, Sarpini@uinsaizu.ac.id²

Article Info

Article history:

Received September 14, 2026

Revised septmeber 20, 2026

Accepted Oktober 07, 2026

Keywords:

supply theory, law of supply, producers, microeconomics, Islamic economics.

ABSTRACT

Supply is a central concept in microeconomics that explains the quantity of goods or services producers are willing and able to sell at different prices over a given period. This article discusses the basic concept of supply, the law of supply, its determinants, movements along and shifts of the supply curve, and its relevance to Islamic economics. The study applies a literature-review method by examining economics textbooks and scholarly articles on supply theory and producer behavior in Islamic perspectives. The review indicates that price is an important determinant of quantity supplied, but it is not the only factor. Production costs, technology, input prices, government policies, producer expectations, and natural conditions can also affect supply. From an Islamic economic perspective, production decisions should not focus solely on profit; they should also consider product permissibility, truthful information, fairness, public benefit, and the avoidance of harmful market practices. Therefore, supply theory can help explain producer behavior while supporting efficient and responsible business decisions.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received September 14, 2026

Revised septmeber 20, 2026

Accepted Oktober 07, 2026

Keywords:

Teori Penawaran,
Hukum Penawaran,
Produsen, Ekonomi Mikro,
Ekonomi Syariah.

ABSTRAK

Penawaran merupakan konsep utama dalam ekonomi mikro yang menjelaskan jumlah barang atau jasa yang bersedia dan mampu dijual produsen pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu. Artikel ini bertujuan menjelaskan konsep dasar teori penawaran, hukum penawaran, faktor-faktor yang memengaruhi penawaran, perubahan jumlah yang ditawarkan dan pergeseran kurva penawaran, serta relevansinya dalam ekonomi syariah. Penulisan menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah buku ekonomi dan artikel ilmiah yang membahas teori penawaran serta perilaku produsen dalam perspektif Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi jumlah barang yang ditawarkan, tetapi bukan satu-satunya faktor. Biaya produksi, teknologi, harga input, kebijakan pemerintah, ekspektasi produsen, dan kondisi alam juga dapat mengubah penawaran. Dalam perspektif ekonomi syariah, keputusan produksi dan penawaran tidak hanya diarahkan pada keuntungan, tetapi juga perlu memperhatikan kehalalan produk, kejujuran informasi, keadilan, kemaslahatan, serta larangan praktik yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, teori penawaran dapat digunakan untuk memahami perilaku produsen sekaligus menjadi dasar pengambilan keputusan usaha yang efisien dan bertanggung jawab.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



***Corresponding Author:*****Achmad Afdillah Rasyid**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

E-mail: aarasyid180926@gmail.com**Pendahuluan**

Kegiatan ekonomi melibatkan interaksi antara konsumen dan produsen. Konsumen membutuhkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan produsen menyediakan barang atau jasa melalui kegiatan produksi dan distribusi. Dalam interaksi tersebut, penawaran menjadi salah satu konsep penting karena membantu menjelaskan bagaimana produsen menentukan jumlah produk yang akan dijual pada tingkat harga tertentu. Analisis penawaran juga membantu memahami perubahan harga dan jumlah barang yang tersedia di pasar.

Dalam teori ekonomi mikro, penawaran menunjukkan hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang yang bersedia serta mampu ditawarkan produsen dalam periode tertentu, dengan faktor lain dianggap tetap. Secara umum, ketika harga jual meningkat, produsen memiliki dorongan untuk menawarkan lebih banyak barang karena peluang penerimaan dan keuntungan dapat meningkat. Sebaliknya, ketika harga menurun, jumlah yang ditawarkan cenderung berkurang. Hubungan tersebut dikenal sebagai hukum penawaran (Greenlaw, Shapiro, & MacDonald, 2022).

Meskipun demikian, keputusan produsen tidak hanya ditentukan oleh harga jual. Biaya bahan baku, upah tenaga kerja, teknologi, ketersediaan modal, pajak, serta kondisi alam dapat memengaruhi kemampuan produsen dalam menghasilkan barang. Oleh karena itu, memahami teori penawaran membutuhkan pemahaman mengenai hubungan harga dengan jumlah yang ditawarkan serta faktor-faktor lain yang menyebabkan kurva penawaran bergeser.

Pembahasan ini menjadi semakin relevan bagi mahasiswa Ekonomi Syariah. Dalam perspektif Islam, kegiatan usaha tidak hanya dinilai berdasarkan hasil ekonomi, tetapi juga berdasarkan proses dan dampaknya. Produsen diharapkan menyediakan barang yang halal dan bermanfaat, memberikan informasi secara jujur, menjaga kualitas, serta menghindari praktik yang merugikan konsumen dan masyarakat. Zulfi (2019) menjelaskan bahwa teori penawaran dalam perspektif Islam tetap memperhatikan hubungan harga dan jumlah yang ditawarkan, sekaligus menempatkan kegiatan ekonomi dalam kerangka nilai-nilai Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk: (1) menjelaskan pengertian dan hukum penawaran; (2) menguraikan faktor-faktor yang memengaruhi penawaran; (3) membedakan perubahan jumlah yang ditawarkan dengan pergeseran kurva penawaran; dan (4) menjelaskan relevansi teori penawaran dalam kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan metode studi pustaka (literature review) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Data bersumber dari buku ajar ekonomi mikro dan artikel ilmiah yang relevan dengan teori penawaran serta perilaku produsen dalam ekonomi Islam. Sumber utama yang digunakan antara lain buku *Principles of Economics 3e* dari Greenlaw, Shapiro, dan MacDonald (2022), artikel Zulfi (2019) tentang teori penawaran Islami, serta kajian Nurmasari



dan Wahyudi (2024) mengenai penawaran dan perilaku produsen dalam kerangka ekonomi Islam.

Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi konsep utama, membandingkan penjelasan antarsumber, lalu menyusunnya secara deskriptif ke dalam beberapa tema: konsep dan hukum penawaran, faktor penentu penawaran, kurva penawaran, keseimbangan pasar, dan nilai-nilai syariah dalam perilaku produsen. Karena penelitian ini merupakan kajian pustaka, artikel tidak menyajikan hasil survei atau data lapangan baru. Kesimpulan dibatasi pada sintesis literatur yang ditelaah.

Hasil dan Pembahasan

Pengertian Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang bersedia dan mampu dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Unsur “bersedia dan mampu” penting karena produsen tidak cukup hanya memiliki keinginan untuk menjual; produsen juga perlu memiliki kapasitas produksi, bahan baku, tenaga kerja, dan akses distribusi. Penawaran berbeda dari jumlah yang ditawarkan. Penawaran menggambarkan hubungan antara berbagai tingkat harga dan jumlah yang akan dijual, sedangkan jumlah yang ditawarkan menunjukkan kuantitas pada satu tingkat harga tertentu (Greenlaw et al., 2022).

Sebagai contoh sederhana, pedagang roti mungkin bersedia menjual 100 roti per hari ketika harga per roti Rp3.000 dan 150 roti per hari ketika harga naik menjadi Rp4.000, dengan asumsi faktor lain tetap. Contoh ini menunjukkan bahwa harga yang lebih tinggi dapat mendorong pedagang menyediakan jumlah yang lebih besar. Angka tersebut hanya ilustrasi untuk menjelaskan konsep, bukan data hasil penelitian.

Hukum Penawaran

Hukum penawaran menyatakan bahwa, dengan faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), kenaikan harga suatu barang cenderung meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan penurunan harga cenderung menurunkan jumlah yang ditawarkan. Hubungan ini umumnya digambarkan melalui kurva penawaran yang menaik dari kiri bawah ke kanan atas.

Hubungan positif antara harga dan jumlah yang ditawarkan berkaitan dengan pertimbangan produsen terhadap penerimaan dan biaya. Harga yang lebih tinggi dapat membuat produksi tambahan menjadi lebih menguntungkan, sehingga produsen terdorong meningkatkan output. Namun, hukum penawaran bukan berarti jumlah yang ditawarkan selalu meningkat dalam semua keadaan. Kapasitas produksi yang terbatas, gangguan bahan baku, bencana alam, atau perubahan biaya dapat membatasi respons produsen.

Secara sederhana, fungsi penawaran linear dapat dituliskan sebagai $Q_s = a + bP$, dengan Q_s sebagai jumlah yang ditawarkan, P sebagai harga, a sebagai konstanta, dan b sebagai koefisien harga. Dalam bentuk penawaran yang menaik, nilai b umumnya positif. Persamaan ini merupakan model sederhana; dalam kenyataan, hubungan penawaran dapat berbeda sesuai karakteristik barang, struktur pasar, dan jangka waktu produksi.



Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penawaran

Pertama, harga barang itu sendiri. Perubahan harga barang menyebabkan perubahan jumlah yang ditawarkan sepanjang kurva penawaran, apabila faktor lain tetap. Kedua, biaya produksi. Kenaikan harga bahan baku, energi, sewa, atau upah dapat meningkatkan biaya dan mengurangi kemampuan produsen untuk menawarkan barang pada setiap tingkat harga. Sebaliknya, penurunan biaya dapat meningkatkan penawaran.

Ketiga, teknologi. Penggunaan mesin, sistem persediaan digital, dan metode produksi yang lebih efisien dapat menekan biaya serta meningkatkan kapasitas produksi. Keempat, jumlah produsen. Bertambahnya pelaku usaha di suatu pasar dapat meningkatkan penawaran pasar, sedangkan keluarnya produsen dapat menguranginya. Kelima, kebijakan pemerintah, seperti pajak, subsidi, dan regulasi, dapat memengaruhi biaya dan keputusan produksi. Keenam, ekspektasi produsen terhadap harga di masa depan. Jika produsen memperkirakan harga akan meningkat dan barang dapat disimpan, mereka mungkin menunda penjualan saat ini; tetapi respons ini bergantung pada jenis barang dan biaya penyimpanan.

Ketujuh, kondisi alam dan ketersediaan sumber daya. Faktor ini sangat terlihat pada sektor pertanian, perikanan, dan peternakan. Cuaca yang mendukung dapat meningkatkan hasil panen, sedangkan kekeringan, banjir, atau penyakit ternak dapat mengurangi jumlah barang yang tersedia. Faktor-faktor tersebut menyebabkan kurva penawaran bergeser, bukan sekadar perpindahan titik akibat perubahan harga barang itu sendiri (Greenlaw et al., 2022).

Perubahan Jumlah yang Ditawarkan dan Pergeseran Kurva

Perubahan jumlah yang ditawarkan terjadi ketika harga barang itu sendiri berubah, sementara faktor lain tetap. Pada kurva, perubahan tersebut ditunjukkan oleh perpindahan dari satu titik ke titik lain pada kurva yang sama. Sebagai contoh, ketika harga jual minuman meningkat, penjual dapat menambah jumlah minuman yang disediakan selama biaya dan kapasitas tidak berubah secara berarti.

Sebaliknya, pergeseran kurva penawaran terjadi karena faktor selain harga barang itu sendiri berubah. Penurunan harga bahan baku atau penggunaan teknologi yang lebih efisien dapat menggeser kurva ke kanan, yang berarti produsen bersedia menawarkan lebih banyak barang pada setiap tingkat harga. Kenaikan biaya produksi atau gangguan pasokan dapat menggeser kurva ke kiri. Perbedaan ini penting agar analisis pasar tidak keliru menganggap semua perubahan penawaran disebabkan oleh perubahan harga.

Dalam praktik UMKM, misalnya usaha roti, kenaikan harga jual dapat mendorong pemilik menambah jumlah roti yang diproduksi. Namun, jika harga tepung meningkat, biaya produksi naik dan penawaran dapat berkurang pada tingkat harga jual yang sama. Jika pelaku usaha membeli oven yang lebih efisien, kapasitas produksi dapat meningkat dan kurva penawaran berpotensi bergeser ke kanan.

Penawaran dan Keseimbangan Pasar

Penawaran berinteraksi dengan permintaan untuk membentuk keseimbangan pasar. Keseimbangan terjadi pada tingkat harga ketika jumlah yang ingin dibeli konsumen sama dengan jumlah yang ingin dijual produsen. Pada harga di atas keseimbangan, jumlah yang ditawarkan dapat melebihi jumlah yang diminta sehingga muncul surplus. Pada harga di bawah keseimbangan, jumlah yang diminta dapat melebihi jumlah yang ditawarkan sehingga terjadi kekurangan barang (Greenlaw et al., 2022).



Perubahan penawaran dapat memengaruhi harga dan kuantitas keseimbangan. Jika penawaran meningkat sementara permintaan tetap, harga keseimbangan cenderung turun dan jumlah keseimbangan meningkat. Sebaliknya, jika penawaran menurun sementara permintaan tetap, harga cenderung naik dan jumlah keseimbangan turun. Hasil akhirnya tetap bergantung pada kondisi permintaan dan karakteristik pasar.

Teori Penawaran dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Secara umum, konsep dasar penawaran juga digunakan dalam ekonomi syariah untuk menjelaskan hubungan harga dan jumlah barang yang disediakan produsen. Perbedaannya terletak pada batas etika dan tujuan kegiatan ekonomi. Keputusan produksi tidak semestinya hanya diarahkan pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kehalalan barang, manfaatnya bagi masyarakat, keadilan dalam transaksi, dan tanggung jawab terhadap pihak yang terlibat.

Zulfi (2019) membahas teori penawaran Islami dengan menekankan hubungan harga dan jumlah yang ditawarkan serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Sementara itu, Nurmasari dan Wahyudi (2024) menyoroti pentingnya transparansi, kejujuran, keadilan, dan kepatuhan terhadap prinsip Islam dalam penawaran dan perilaku produsen. Dengan demikian, produsen Muslim perlu memperhatikan bukan hanya berapa banyak barang yang ditawarkan, tetapi juga jenis barang, cara produksi, informasi yang diberikan, dan dampaknya.

Pertama, produk yang ditawarkan harus halal dan tidak membahayakan. Kedua, informasi mengenai harga, ukuran, kualitas, dan kondisi barang perlu disampaikan secara jujur agar konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar. Ketiga, produsen sebaiknya menghindari penipuan, manipulasi kualitas, dan penahanan barang yang bertujuan merugikan masyarakat. Keempat, proses produksi perlu memperhatikan hak pekerja, termasuk kesepakatan upah dan pembayaran yang layak. Kelima, efisiensi dan inovasi tetap penting, tetapi sebaiknya tidak dilakukan dengan mengorbankan keselamatan, kualitas, atau kelestarian lingkungan.

Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa etika syariah tidak menghapus analisis biaya, harga, dan kapasitas produksi. Sebaliknya, nilai syariah memberi pedoman mengenai batas dan tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Produsen tetap perlu menghitung biaya dan menentukan jumlah produksi secara rasional, sekaligus memastikan bahwa aktivitas usaha berlangsung secara jujur, adil, dan memberi manfaat.

Ilustrasi Penerapan pada UMKM

Misalnya, sebuah UMKM minuman menjual produk halal dengan harga Rp5.000 per gelas. Ketika permintaan meningkat dan harga bahan baku stabil, pemilik dapat menambah jumlah produk yang disediakan. Namun, jika harga gula, susu, dan kemasan naik, biaya per gelas meningkat sehingga pemilik perlu mengevaluasi efisiensi, harga jual, atau volume produksi. Jika usaha tersebut menggunakan pemasok yang lebih stabil atau memperbaiki proses kerja, kapasitas penawaran dapat meningkat.

Dari perspektif syariah, keputusan tersebut sebaiknya disertai informasi harga yang jelas, kualitas bahan yang sesuai, kebersihan proses produksi, dan tidak mengurangi takaran secara diam-diam. Jika terjadi kelangkaan bahan, pelaku usaha perlu mencari solusi yang wajar dan tidak memanfaatkan keadaan untuk menipu konsumen. Ilustrasi ini memperlihatkan bahwa



keputusan penawaran yang baik menggabungkan perhitungan ekonomi dan tanggung jawab etis.

Simpulan

Teori penawaran menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah barang atau jasa yang bersedia serta mampu dijual produsen dalam periode tertentu. Hukum penawaran menyatakan bahwa harga yang lebih tinggi cenderung meningkatkan jumlah yang ditawarkan, dengan asumsi faktor lain tetap. Selain harga, penawaran dipengaruhi oleh biaya produksi, teknologi, jumlah produsen, kebijakan pemerintah, ekspektasi, dan kondisi alam. Perubahan harga barang itu sendiri menimbulkan pergerakan sepanjang kurva, sedangkan perubahan faktor lain dapat menggeser kurva penawaran.

Dalam perspektif ekonomi syariah, teori penawaran perlu diterapkan bersama nilai kejujuran, keadilan, kehalalan, transparansi, dan kemaslahatan. Produsen tidak hanya dituntut efisien dan mampu memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga bertanggung jawab terhadap konsumen, pekerja, dan masyarakat. Kajian ini masih bersifat studi pustaka sehingga penelitian selanjutnya dapat menguji penerapan teori penawaran secara empiris pada UMKM syariah, misalnya melalui wawancara atau data biaya dan volume produksi.

Daftar Pustaka

- Greenlaw, S. A., Shapiro, D., & MacDonald, D. (2022). Principles of economics 3e. OpenStax. <https://openstax.org/books/principles-economics-3e/pages/3-1-demand-supply-and-equilibrium-in-markets-for-goods-and-services>
- Nurmasari, L. T., & Wahyudi, A. (2024). Penawaran dan perilaku produsen dalam kerangka ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, 9(1), 59–68. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1067>
- Zulfi, Y. (2019). Teori penawaran Islami. Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY), 1(2), 275–286. <https://doi.org/10.15575/aksy.v1i2.5562>