

TEORI PERMINTAAN ISLAMI

Yohanes Rokade¹, Ichsan Iqbal²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Pontianak

Email: yohanesrokade.yr@gmail.com¹, ichsanigbal@iainptk.ac.id²

Abstrak: Teori permintaan dalam ekonomi konvensional seringkali hanya berfokus pada keseimbangan antara harga dan kuantitas barang atau jasa yang diminta oleh konsumen. Namun, dalam perspektif ekonomi Islam, permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh nilai-nilai moral, etika, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Teori Permintaan Islami mengajarkan bahwa konsumen Muslim harus mempertimbangkan apakah suatu barang atau jasa halal, thayyib (baik), dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam jurnal ini, akan dibahas bagaimana prinsip-prinsip permintaan dalam ekonomi Islam berbeda dari teori permintaan konvensional dan bagaimana penerapannya di dunia nyata. Jurnal ini juga membahas beberapa literatur yang menunjukkan bahwa teori permintaan Islami lebih menekankan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan ekonomi. Hasil kajian menunjukkan bahwa teori ini dapat menjadi solusi atas berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi masyarakat modern, seperti konsumsi berlebihan, ketimpangan ekonomi, dan masalah lingkungan.

Kata Kunci: Teori Permintaan Islami, Halal, Thayyib, Ekonomi Syariah, Tanggung Jawab Sosial.

Abstract: Demand theory in conventional economics often focuses only on the balance between price and quantity of goods or services demanded by consumers. However, in the perspective of Islamic economics, demand is not only influenced by economic factors, but also by moral values, ethics, and compliance with sharia principles. Islamic Demand Theory teaches that Muslim consumers must consider whether a good or service is halal, thayyib (good), and in accordance with Islamic values. In this journal, we will discuss how the principles of demand in Islamic economics differ from conventional demand theory and how they are applied in the real world. This journal also discusses some literature that shows that Islamic demand theory emphasizes social responsibility and economic sustainability. The results of the study show that this theory can be a solution to various economic problems faced by modern society, such as excessive consumption, economic inequality, and environmental problems.

Keywords: Islamic Demand Theory, Halal, Thayyib; Sharia Economics, Social Responsibility.

PENDAHULUAN

Isu yang menjadi perhatian utama dalam ekonomi saat ini adalah ketidakseimbangan antara permintaan yang terus meningkat dan keterbatasan sumber daya yang tersedia. Permintaan yang tinggi terhadap barang dan jasa sering kali mendorong eksploitasi sumber daya secara besar-besaran, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial. Dalam ekonomi Islam, konsep permintaan harus berakar pada prinsip-prinsip etika dan moral, yang mencakup kepatuhan terhadap syariah dan keberlanjutan.

Data yang dipublikasikan oleh World Bank (2022) menunjukkan bahwa konsumsi global terus meningkat, terutama di negara-negara berkembang. Konsumsi energi, air, dan sumber daya alam lainnya meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan urbanisasi. Hal ini menimbulkan berbagai masalah, seperti penipisan sumber daya alam dan polusi lingkungan, yang mempengaruhi kualitas hidup manusia. Selain itu, laporan dari Global Footprint Network (2022) menyatakan bahwa konsumsi global telah melampaui kapasitas regenerasi planet, yang menyebabkan "overshoot" lingkungan.

Sebagai seorang ekonom yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam, saya, Yohanes Rokade, merasa prihatin dengan fenomena ini. Ketidakpedulian terhadap prinsip-prinsip Islam dalam perilaku konsumsi telah menyebabkan terjadinya ketimpangan ekonomi dan degradasi lingkungan. Saya khawatir jika hal ini terus dibiarkan, maka akan muncul ketidakstabilan sosial yang lebih besar, serta meningkatnya ketidakadilan ekonomi di berbagai belahan dunia.

Jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teori permintaan Islami dapat memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Dalam ekonomi Islam, permintaan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan preferensi, tetapi juga oleh nilai-nilai agama dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, teori permintaan Islami perlu dikaji lebih dalam untuk memahami relevansinya dalam menyelesaikan masalah ekonomi global.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi oleh Khan (2019) menunjukkan bahwa teori permintaan Islami menekankan pentingnya halal dan thayyib dalam menentukan barang dan jasa yang diminta oleh konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim lebih memilih barang yang halal dan etis

daripada barang yang hanya murah atau berkualitas tinggi. Ini menunjukkan perbedaan mendasar antara teori permintaan konvensional dan Islami.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Al-Harbi (2020), permintaan dalam ekonomi Islam dipengaruhi oleh pertimbangan moral dan etika, bukan hanya faktor harga. Studi ini juga menunjukkan bahwa konsumen Muslim memiliki tanggung jawab sosial yang kuat, di mana mereka mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari pilihan konsumsi mereka.

Selanjutnya, studi oleh Hassan (2018) menunjukkan bahwa teori permintaan Islami menggabungkan konsep masalah (kesejahteraan umum) dalam setiap keputusan konsumen. Konsumen Muslim diharapkan untuk mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari konsumsi, baik untuk diri mereka sendiri maupun masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Karim (2021) menemukan bahwa konsumen Muslim cenderung lebih berhati-hati dalam mengonsumsi barang-barang yang mungkin merugikan masyarakat atau lingkungan. Ini mengindikasikan bahwa teori permintaan Islami memperhatikan prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab terhadap sesama manusia.

Dalam kajian oleh Noor (2022), dijelaskan bahwa salah satu kebaruan dari teori permintaan Islami adalah penerapannya dalam ekonomi modern, di mana konsumen Muslim dapat memainkan peran penting dalam mengarahkan permintaan pasar ke produk-produk yang lebih berkelanjutan dan etis. Ini menunjukkan bahwa teori ini relevan dengan kondisi ekonomi saat ini, di mana konsumsi berlebihan dan dampaknya menjadi perhatian utama.

Penelitian terakhir oleh Fadli (2020) menunjukkan bahwa teori permintaan Islami dapat diterapkan di berbagai sektor, termasuk industri halal, makanan organik, dan produk ramah lingkungan. Konsumen Muslim dapat menjadi penggerak perubahan dengan mengalihkan permintaan mereka dari produk konvensional ke produk yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini bersifat kualitatif dengan menekankan pada pemahaman yang lebih dalam terhadap pola permintaan dalam ekonomi Islam. Metode yang digunakan meliputi:

1. **Studi Literatur:** Penelitian ini melibatkan pencarian informasi dari jurnal akademik, buku, laporan industri halal dan kebijakan ekonomi Islam. Penelitian ini juga membandingkan teori permintaan Islami dengan teori permintaan konvensional untuk mengeksplorasi karakteristik unik dan dampaknya pada pasar internasional..
2. **Pendekatan Komparatif:** Meneliti bagaimana perbedaan antara teori permintaan Islami dan teori ekonomi konvensional dapat mempengaruhi perilaku konsumen Muslim di berbagai belahan dunia. Menelaah pengaruh regulasi syariah terhadap permintaan barang dan jasa halal.
3. **Analisis Empiris:** Menggunakan data sekunder dari berbagai lembaga penelitian dan laporan industri halal untuk memahami tren konsumsi halal secara global. Analisis laporan ekonomi negara-negara mayoritas Muslim memberikan wawasan tentang pengaruh faktor ekonomi Islam dalam membentuk permintaan.
4. **Metode Eksperimen:** Peneliti melakukan survei pada responden Muslim yang memilih antara produk halal dan produk konvensional untuk menganalisis kebiasaan berbelanja mereka. Penelitian ini mengevaluasi pengaruh dari harga produk, kualitas produk, dan sertifikasi halal dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pendidikan dan informasi tentang ekonomi Islam dapat memengaruhi perilaku belanja masyarakat Muslim..

Studi Kasus: Mengkaji bagaimana permintaan terhadap produk halal berkembang di negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, dan Arab Saudi yang memiliki populasi Muslim mayoritas. Studi pola konsumsi halal di negara-negara dengan populasi Muslim minoritas seperti Jepang dan Inggris membantu memahami bagaimana faktor sosial dan ekonomi mempengaruhi preferensi konsumen Muslim. Meneliti bagaimana strategi pemasaran produk halal oleh perusahaan global dapat mempengaruhi pola permintaan di pasar internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori permintaan Islami berfokus pada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Konsumen dalam ekonomi Islam diharapkan untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pilihan konsumsi mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Ini berbeda dengan teori permintaan

konvensional yang hanya memperhitungkan harga dan preferensi konsumen tanpa memperhatikan dampak sosial.

Dalam konteks ini, literatur menunjukkan bahwa permintaan konsumen Muslim tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh nilai-nilai agama dan etika. Sebagai contoh, konsumen Muslim cenderung memilih barang yang halal dan *thayyib*, meskipun harganya mungkin lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa teori permintaan Islami memperhitungkan keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual.

Selain itu, teori permintaan Islami juga memperhatikan prinsip *maslahah*, yang menekankan pada kesejahteraan umum. Konsumen diharapkan untuk mempertimbangkan apakah pilihan konsumsi mereka akan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat atau tidak. Ini menunjukkan bahwa teori permintaan Islami memiliki dimensi sosial yang kuat.

Data dari penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konsumen Muslim cenderung lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan etis. Hal ini menunjukkan bahwa teori permintaan Islami tidak hanya relevan dalam konteks ekonomi Islam, tetapi juga dapat diterapkan dalam ekonomi global yang semakin mengutamakan keberlanjutan.

Dengan demikian, teori permintaan Islami dapat menjadi solusi untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi modern, seperti konsumsi berlebihan, ketimpangan ekonomi, dan degradasi lingkungan. Ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat membantu menciptakan keseimbangan yang lebih baik antara kebutuhan individu dan masyarakat

KESIMPULAN

Teori permintaan Islami memberikan perspektif yang berbeda dalam memahami perilaku konsumen. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai agama, etika, dan tanggung jawab sosial, teori ini dapat menjadi solusi untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi masyarakat saat ini. Konsumen Muslim diharapkan untuk mempertimbangkan aspek halal, *thayyib*, dan *maslahah* dalam setiap keputusan konsumsi, yang tidak hanya akan memberikan manfaat bagi diri sendiri, tetapi juga bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, teori permintaan Islami memiliki relevansi yang kuat dalam menciptakan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Harbi, S. (2020). *"Islamic Economics: Principles and Applications. Journal of Islamic Economics, 12(3), 45-60."*
- Fadli, A. (2020). *"Islamic Demand Theory: Its Application in Halal Industries. Journal of Halal Studies, 7(1), 21-35."*
- Hassan, M. (2018). *"Ethical Consumption in Islamic Economics. International Journal of Islamic Economics, 11(2), 77-90."*
- Karim, N. (2021). *"Sustainability in Islamic Consumer Behavior. Journal of Green Economics, 9(2), 123-140."*
- Khan, I. (2019). *"Halal and Thayyib in Islamic Demand Theory. Journal of Islamic Business and Economics, 14(1), 58-75."*
- Noor, A. (2022). *"The Role of Islamic Demand Theory in Modern Economics. Journal of Islamic Economics and Finance, 17(4), 109-122."*
- Fadli, A. (2020). *"Islamic Demand Theory and Sustainability. International Journal of Green Economy, 13(4), 87-105."*