

**KESEIMBANGAN PASAR: STUDI TENTANG EKONOMI MIKRO  
ISLAM DALAM MENETAPKAN TINGKAT HARGA DAN KUANTITAS  
BARANG YANG EFISIEN**

**Taufiq Hussein<sup>1</sup>, Anton Bawono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Salatiga

Email : [taufiqhussein24@gmail.com](mailto:taufiqhussein24@gmail.com)<sup>1</sup>, [anton.bawono@uin-suka.ac.id](mailto:anton.bawono@uin-suka.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membahas situasi keseimbangan pasar dalam ekonomi mikro Islam, secara khusus mengacu pada efisiensi harga dan kuantitas barang berdasarkan hukum Syariah. Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji interaksi penawaran dan permintaan dalam menentukan harga yang wajar dan distribusi barang yang proporsional, menjunjung tinggi nilai-nilai luhur seperti kejujuran, larangan riba, dan pencegahan perilaku monopoli. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif melalui tinjauan literatur terhadap pemikiran ekonom Islam, baik klasik maupun kontemporer. Temuan penelitian ini adalah bahwa keseimbangan pasar dalam model Islam tidak hanya terkait dengan efisiensi ekonomi tetapi juga dengan pencapaian maqāṣid al-sharī'ah, yang mencakup perlindungan masyarakat, kehidupan, dan harta benda, serta kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, konsep ini menghadirkan model pasar yang adil, berkelanjutan, dan berbasis nilai berkah.

**Kata Kunci:** Keseimbangan Pasar, Permintaan, Penawaran, Harga Keseimbangan.

**Abstract**

*This study aims to discuss the situation of market equilibrium in Islamic microeconomics, specifically referring to the efficiency of prices and quantities of goods based on Sharia law. The focus of this study is to examine the interaction of supply and demand in determining fair prices and proportional distribution of goods, upholding noble values such as honesty, prohibition of usury, and prevention of monopolistic behavior. The research approach used is a qualitative-descriptive approach through a literature review of the thoughts of Islamic economists, both classical and contemporary. This study finds that market equilibrium in the Islamic model is not only related to economic efficiency but also to the achievement of maqāṣid al-sharī'ah, which includes the protection of society, life, and property, as well as the welfare of society. Therefore, this concept presents a fair, sustainable, and blessing-based market model.*

**Keywords:** Market Equilibrium, Demand, Supply, Equilibrium Price.

## PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan terus-menerus membutuhkan interaksi dengan orang lain untuk bertahan hidup. Ketergantungan ini terutama terlihat dalam upaya pemenuhan kebutuhan ekonomi, yang umumnya diwujudkan melalui aktivitas jual beli di pasar. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan manusia menjadi semakin kompleks, mencakup kebutuhan dasar, kebutuhan tambahan, bahkan kebutuhan mewah. Untuk memenuhi semua kebutuhan ini, manusia harus berinteraksi dan bekerja sama, karena tidak ada satu individu pun yang dapat memenuhi semua kebutuhan mereka tanpa bantuan orang lain (Hubbansyah et al., 2023). Interaksi sosial dalam konteks ekonomi tidak hanya mencerminkan hubungan antar individu tetapi juga membentuk dasar bagi pembentukan sistem pasar yang dinamis. Melalui pasar, Manusia terlibat dalam pertukaran

barang, jasa, dan informasi, menciptakan hubungan ekonomi yang saling bergantung. Dalam proses ini, nilai-nilai seperti kepercayaan, kejujuran, dan tanggung jawab membentuk etika bisnis yang sehat. Selain itu, kemajuan teknologi dan globalisasi telah memperluas cakupan

ekonomi, memungkinkan orang untuk terhubung lintas wilayah dan bahkan negara (Rozuli et al., 2024). Sifat sosial manusia tidak hanya menjadi dasar kekuatan penduduk yang hidup, tetapi juga merupakan kekuatan utama dalam pembangunan ekonomi yang melibatkan semua orang dan berkelanjutan.

Pasar adalah tempat di mana kegiatan komersial berlangsung, dan di mana transaksi antara penjual dan pembeli terjadi untuk memesan layanan dan melakukan pinjaman. Dalam hal ini, interaksi ini memungkinkan kedua belah pihak untuk memenuhi beberapa kebutuhan mereka. Negosiasi harga pasar dihasilkan dari pencocokan penawaran dan permintaan di pasar, yang merupakan subjek dari proses berkelanjutan yang mencapai kecocokan antara harga dan jumlah barang yang diperdagangkan. Pasar berfungsi sebagai mekanisme penyeimbangan yang menumbuhkan situasi di mana konsumen dan produsen berbagi barang yang mereka inginkan dengan harga yang memenuhi kebutuhan mereka (Siregar et al., 2023). Keseimbangan pasar adalah titik dalam sistem ekonomi yang menunjukkan efisiensi distribusi sumber daya, menjadikannya indikator penting kesehatan ekonomi. Keseimbangan dicapai ketika

pasar tidak mengalami surplus atau kekurangan barang, ditandai dengan distribusi yang lancar dan harga yang stabil. Oleh karena itu, dalam kondisi seperti itu, produsen acuh tak acuh terhadap perubahan harga, sementara konsumen menganggap harga yang berlaku adil untuk produk yang mereka beli. Namun, keseimbangan pasar seperti organisme hidup yang dapat bereaksi terhadap berbagai pemicu, seperti perubahan teknologi, selera publik, tren biaya produksi, atau intervensi pemerintah seperti pajak dan subsidi (Susanti, 2025).

Keseimbangan pasar atau hanya keseimbangan adalah titik di mana satu unit barang yang disediakan produsen cocok dalam rasio satu banding satu dengan barang yang cukup bersedia dibeli konsumen berdasarkan tingkat harga saat ini. Fungsi penting dari keseimbangan pasar adalah kemampuannya untuk menjaga tingkat harga tetap konstan. Jika harga terlalu tinggi, konsumen cenderung menurunkan permintaan, sedangkan produsen bersedia meningkatkan produksi (S. N. Lubis et al., 2025). Di sisi lain, ketika biaya terlalu rendah, permintaan akan melonjak, tetapi pemasok akan tetap enggan menjual dalam jumlah besar karena pendapatan mereka akan berkurang. Skenario seperti itu dapat menyebabkan

kekurangan barang. Namun, keseimbangan ini merupakan titik optimal yang menguntungkan pelaku pasar, di mana pasar beroperasi dengan efisiensi optimal (Tanri et al., 2024). Keseimbangan pasar terjadi ketika pemasok dan konsumen tidak memiliki insentif untuk menaikkan atau menurunkan harga. Hal ini dikarenakan jumlah barang yang ditawarkan oleh pemasok sama dengan jumlah yang ingin dibeli konsumen. Namun, kondisi kesetimbangan tidak statis. Ini dapat berubah pada titik waktu tertentu karena perubahan selera dan preferensi konsumen, perubahan teknologi, perubahan struktur biaya produksi, atau kebijakan fiskal dan moneter pemerintah (Sirait et al., 2023). Pertimbangkan bagaimana pajak dapat menaikkan harga jual barang, kemudian menurunkan permintaan, sedangkan subsidi dapat menurunkan harga, meningkatkan ketersediaan barang. Pembentukan keseimbangan pasar sangat penting bagi pelaku ekonomi, seperti produsen, konsumen, dan pembuat kebijakan, karena memungkinkan mereka untuk menanggapi fluiditas pasar dan membantu dalam pengembangan keseimbangan ekonomi secara umum.

Dalam ekonomi Islam, konsep keseimbangan pasar sangat penting karena

melambangkan keadilan dan efisiensi dalam distribusi barang dan jasa. Dalam ekonomi mikro Islam, harga dan kuantitas barang tidak ditentukan oleh pasar bebas, seperti dalam ekonomi klasik. Sebaliknya, ekonomi mikro Islam mempertimbangkan nilai-nilai Syariah seperti kejujuran, larangan riba, dan sikap anti-monopoli untuk memastikan stabilitas pasar (Setiawan, 2023). Bagi Islam, pasar bukan hanya ruang ekonomi untuk membeli dan menjual; Ini juga merupakan ranah etis yang mensinergikan kepentingan individu dan komunal. Memahami keseimbangan pasar dalam ekonomi mikro Islam semakin penting karena ketidakseimbangan global dalam penetapan harga dan distribusi menjadi kenyataan umum. Dengan memastikan mekanisme tawar-menawar yang adil dan transparan dengan fokus langsung pada peran pemerintah yang adil, ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai efisiensi sambil menjunjung tinggi harapan spiritual (Albar et al., 2024). Islam memandang, Ketika menentukan harga dan jumlah barang yang tersedia di pasar, interaksi penawaran dan permintaan bukan satu-satunya pertimbangan. Pengaruh prinsip maqāsid al-sharī'ah, tujuan utama syariah dan mencakup perlindungan properti, kehidupan, dan kegunaan publik,

juga berpengaruh. Dalam Islam, keseimbangan pasar tidak semata-mata berjuang untuk efisiensi ekonomi. Keadilan pasar sama-sama bergantung pada dimensi barakah, yaitu keadaan berkah dan hubungan dengan kewajiban sosial yang lebih luas (Güney, 2024).

Proses penyesuaian harga atas ketidakseimbangan dalam sistem. Ketika ada situasi di pasar seperti kelebihan pasokan atau kekurangan pasokan, sistem secara otomatis menyesuaikan harga dari waktu ke waktu keseimbangan dipulihkan (Hasanah & Achiria, 2024). Misalnya, ketika ada banyak barang di pasar dan konsumen tidak mau membeli, harga turun dalam upaya untuk mendapatkan konsumen. Sebaliknya, ketika barang ada dan ada peningkatan permintaan, harga meningkat dan ini mendorong produsen untuk meningkatkan pasokan. Ini memberi produsen sumber daya dan alokasi yang efisien. Hal ini penting bagi pelaku bisnis dalam strategi produksi dan pemasaran. Penawaran dan permintaan juga memberi pebisnis informasi untuk mengetahui kapan produksi, harga yang harus ditetapkan dan jumlah barang yang harus diterima dalam kaitannya dengan permintaan (S. N. Lubis et al., 2025). Bagi pemerintah, konsep neraca pasar menjadi salah satu dasar dalam

mempertimbangkan kebijakan ekonomi utama seperti penetapan harga, pemberian subsidi, dan pengenaan pajak dalam rangka mencapai keseimbangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Fadilah, 2025). Keseimbangan pasar juga penting untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana interaksi permintaan dan penawaran dapat menyebabkan keseimbangan atau ketidakseimbangan ekonomi. Keseimbangan pasar adalah titik bukan hanya keseimbangan penjual dan pembeli, dan juga manifestasi kondisi ekonomi positif di mana transfer barang dan jasa tidak terhalang, harga konstan dan pilihan ekonomi semua peserta dibuat dengan cara yang tidak rasional dan tidak membingungkan (Abrha & Weldeyohans, 2025)

## TINJAUAN LITERATUR

### 1. Teori Permintaan dalam Islam

Permintaan mengacu pada keinginan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tertentu dalam jumlah tertentu selama periode waktu tertentu, ditentukan oleh berbagai faktor, terutama tingkat harga, dan pendapatan yang dimiliki masyarakat (A. Z. Lubis et al., 2024). Perubahan harga memiliki efek langsung pada keputusan konsumen untuk membeli, sementara peningkatan tingkat pendapatan membantu

meningkatkan daya beli seseorang. Selain itu, tingkat permintaan akan sama-sama ditentukan oleh harga barang terkait, selera pribadi, tren yang berlaku, dan kondisi ekonomi masa depan yang diantisipasi (Siadari, 2023). Misalnya, ketika harga bahan bakar naik, konsumen menjadi kurang tertarik untuk membeli kendaraan bermotor. Contoh ini memperkuat korelasi terbalik harga dengan permintaan, dan sebaliknya, dengan penawaran, di mana kenaikan barang yang ditawarkan dikaitkan dengan kenaikan harga (Bhadra & Kim, 2023). Ini disebut sebagai hukum permintaan. Ini menjelaskan bahwa ketika harga barang naik, permintaan untuk barang itu umumnya turun, dan sebaliknya juga benar. Faktor-faktor seperti tren, iklan melalui media yang berbeda, dan peran selebriti dan influencer juga membentuk permintaan di sektor kontemporer, seperti fashion (Migkos et al., 2025). Teori permintaan dalam ekonomi Islam sedikit berbeda karena menekankan pada syariah dan aspek moral permintaan, bersama dengan harga dan pendapatan. Keinginan manusia akan barang dan jasa, dalam ranah ekonomi Islam, mencakup moralitas, spiritualitas, dan akuntabilitas sosial di samping faktor ekonomi yang lebih konvensional (Junaidi et al., 2025). Islam

mendorong keseimbangan dalam konsumsi untuk menstabilkan aspek kehidupan lainnya dan untuk menghindari pemenuhan keinginan secara berlebihan. Islam mendorong konsumsi yang halal, dan thayyib (murni) sekaligus mencegah konsumsi berlebihan (israf) dan pemborosan (tabdzir) (Zafar & Abu-Hussin, 2025). Oleh karena itu, teori tuntutan dalam Islam bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan masyarakat, dengan dasar etika dan tanggung jawab kepada Allah SWT.

## 2. Teori Penawaran dalam Islam

Pasokan didefinisikan sebagai jumlah barang dan jasa yang tersedia untuk dijual dan berbagai titik harga di mana mereka dapat bertransaksi, menunjukkan kemampuan produsen untuk memenuhi permintaan pelanggan (Zainuddin & Nuryadin, 2024). Secara keseluruhan, teori penawaran ekonomi konvensional dan Islam berbicara tentang variabel yang mempengaruhi yang sama, namun, mereka secara fundamental bervariasi pada konteks etika dan moral. Bagi Islam, kegiatan ekonomi membutuhkan penggabungan nilai yang menekankan pada moderasi (zuhud), perilaku ekonomi (iqtishad), dan kepatuhan terhadap halal dan haram

(Anggarawati, 2021). Sekarang produsen ini diizinkan untuk menyimpan barang untuk menjaga stabilitas harga dalam ekonomi Islam tetapi penyimpanan untuk keuntungan pribadi (ikhtikar) dilarang karena mengarah pada kerugian sosial dan ketidakadilan (Yasinta et al., 2025). Dalam kerangka ekonomi Islam, penawaran berfungsi sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh produsen ekonomi Islam sebagai kewajiban sosial untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat harga yang adil dan stabil. Dalam ekonomi Islam, penawaran tersebut dibuat oleh produsen sebagai bentuk kepercayaan dan tanggung jawab sosial, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara adil dan berkelanjutan (Harahap et al., 2023). Produsen sebagai tindakan kepercayaan menawarkan barang dan jasa dengan tanggung jawab sosial untuk membantu kebutuhan masyarakat dengan cara yang adil dan berkelanjutan. Ketentuan Islam tentang barang perdagangan mensyaratkan kehalal, thayyib, dan diproduksi dengan cara yang tidak berbahaya bagi lingkungan dan tidak melanggar ketentuan syariah. Seperti halnya kegiatan ekonomi apa pun, penyediaan barang berfungsi berdasarkan hukum penawaran; artinya, kenaikan harga akan memicu peningkatan jumlah barang

yang ditawarkan. Namun, produsen juga termotivasi untuk menawarkan barang dan jasa, dalam ekonomi Islam, berdasarkan integritas moral dan niat tulus. Dalam kasus ini, ketentuan Islam menyediakan disiplin ekonomi dengan prinsip-prinsip panduan tambahan (Insani et al., 2021). Oleh karena itu, dalam teori penawaran, paradigma ekonomi Islam berlabuh pada keseimbangan antara pencapaian efisiensi ekonomi dan apresiasi berkah kegiatan usaha seseorang. Dalam Islam, penawaran tidak boleh murni dimotivasi pada monetisasi kegiatan bisnis. Keadilan sosial dan kontribusi terhadap kesejahteraan umum harus dipertimbangkan.

### 3. *The Concept of Market Equilibrium in Islam*

Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah barang yang diinginkan pembeli sesuai dengan jumlah yang ditawarkan penjual pada harga tertentu. Ini ditulis sebagai  $Q_d = Q_s$ . Harga dan kuantitas pada titik ini disebut harga dan kuantitas keseimbangan (Matondang et al., 2024). Dalam sejarah ekonomi Islam, pasar seperti Qaynuqa pada masa Nabi Muhammad (Selawat ke atasnya) menunjukkan bagaimana keadilan, transparansi, dan keadilan dipraktekkan. Nabi Muhammad mendorong kejujuran dalam perdagangan,

menetapkan harga yang adil, dan memastikan akses yang sama terhadap barang-barang pokok untuk menjaga keseimbangan sosial dan ekonomi (Susanti, 2025). Dalam Islam, keseimbangan pasar berarti memastikan bahwa penawaran dan permintaan bertemu secara adil, terbuka, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pasar bukan hanya tempat untuk membeli dan menjual, tetapi juga ruang di mana orang diharapkan untuk jujur, adil, dan perhatian terhadap orang lain (Ghunmi et al., 2025). Ketika kedua belah pihak kesepakatan, pembeli dan penjual merasa bahwa transaksi berlangsung tanpa membahayakan salah satu dari mereka pada saat itu pasar dikatakan berada pada keseimbangan dan tingkat harga atau nilai untuk transaksi dicapai dengan proses negosiasi yang semestinya dan itu juga dalam keadaan adil, cara yang adil tanpa penipuan, kepentingan atau monopoli. Pemikir Islam abad pertengahan seperti Ibnu Khaldun berpendapat bahwa intervensi diperlukan untuk stabilitas dan untuk membatasi ketidaksetaraan (Nisak, 2022). Jadi, dalam Islam, keseimbangan pasar bukan hanya tentang menghasilkan uang secara efisien, tetapi juga tentang menjalankan bisnis

dengan cara yang membawa berkah dan membantu masyarakat secara keseluruhan.

## METODE PENELITIAN

Untuk penelitian tersebut menggunakan pendekatan analitis deskriptif. Pendekatan deskriptif menjelaskan keseimbangan pasar sepenuhnya, yang menyangkut proses interaksi penawaran-permintaan membentuk harga dan jumlah keseimbangan (Simatupang, 2024). Sementara itu, penilaian analitis diadopsi untuk menyelidiki berbagai faktor yang dapat menyebabkan perubahan stabilitas pasar akibat gangguan dari pemerintah atau fluktuasi variabel ekonomi. Tentang data yang digunakan dalam penelitian ini, Untuk pengumpulan dan analisis mengusulkan, data sekunder seperti litera ekonomi mikro.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hukum Permintaan

Teori permintaan menyatakan bahwa kenaikan harga suatu komoditas biasanya menghasilkan penurunan permintaannya sedangkan penurunan harga menyebabkan peningkatan permintaan. Harga ideal elastisitas permintaan (Loong, 2025). Permintaan adalah ukuran sensitivitas pasar terhadap perubahan permintaan harga,

dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti ketersediaan barang pengganti, tingkat pendapatan, sifat komoditas (Zhang, 2025). Namun, kebiasaan membeli dan perilaku musiman konsumen seringkali sangat bergantung pada pengaruh psikologis dan pemasaran atau memiliki potensi (Dillon, 2025). Hukum permintaan yaitu Ditemui dari sudut pandang Islam yang menyatakan bahwa kenaikan harga suatu barang umumnya menyebabkan penurunan permintaan untuk barang tersebut sedangkan jika harga turun maka permintaan akan didorong untuk barang tersebut. Meskipun mirip dengan teori ekonomi konvensional, prinsip Islam mendekati ini dalam Islam dengan nilai-nilai syariah sebagai intinya (Anindita et al., 2024). Di sisi lain, seorang Muslim tidak hanya melihat sisi ekonomi saat memperkirakan permintaan tetapi juga mengevaluasi legitimasi produk, manfaatnya dan tujuan konsumsi yang bertujuan untuk mendapatkan berkah dan manfaat bukan hanya untuk memenuhi keinginan. Islam juga menyoroti pentingnya konsumsi moderat yang menjauh dari pemborosan (israf) untuk menghindari kikir (bukhl) dan mengarahkan perilaku tuntutan pada kesadaran yang berorientasi pada etika,

spiritual dan tanggung jawab sosial (Rani et al., 2025). Studi mengungkapkan bahwa terlepas dari hukum tuntutan sebagai landasan, itu dibuktikan. Meskipun demikian, hukum permintaan penting karena berfungsi sebagai panduan dalam pemilihan barang di pasar. Sebagian besar konsumen membeli barang ketika harga dan manfaatnya sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka (Fauzi et al., 2023). Secara matematis, hukum permintaan dirumuskan sebagai (A. Z. Lubis et al., 2024):

$$Q_d = a - bP$$

Keterangan:

$Q_d$  = Jumlah barang

$a$  = Parameter atau kuantitas konstan

$b$  = Koefisien kemiringan (berapa banyak permintaan menurun ketika harga naik 1 unit)

$P$  = Harga barang

Fungsi permintaan mewakili hubungan antara jumlah barang yang diminta dan sejumlah variabel penentu, seperti harga barang itu sendiri ( $P_x$ ), harga barang lain ( $P_y$ ), pendapatan ( $I$ ), promosi ( $P_r$ ), dan faktor lain ( $H$ ), yang umumnya dirumuskan dalam bentuk matematis (Puspaningrum, 2025):

$$Q_d = a - bP_x \pm P_y \pm I \pm P_r \pm H$$

Keterangan:

$Q_d$  = Total permintaan barang  $x$

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien (menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing faktor)

$P_x$  = Harga barang  $x$

$P_y$  = Harga barang  $y$   
(substitusi/pelengkap)

$I$  = Penghasilan (pendapatan)

$P_r$  = Promosi

$H$  = Komponen lainnya

Fungsi ini umumnya diwakili melalui kurva permintaan, yang menjelaskan bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi tingkat permintaan suatu barang sebagai berikut:

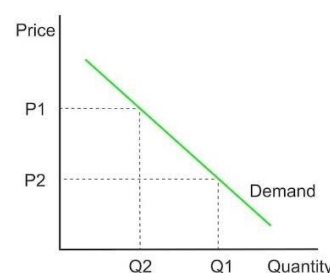


Figure 1: Kurva Hukum Permintaan

## 2. Penyebab Perubahan Permintaan

Variasi tingkat permintaan dipengaruhi oleh sejumlah penentu, antara lain tingkat pendapatan konsumen, harga barang pengganti dan pelengkap, preferensi individu, jumlah penduduk, dan proyeksi

atau ekspektasi kondisi ekonomi di masa depan (A. Z. Lubis et al., 2024). Peningkatan pendapatan biasanya meningkatkan permintaan barang normal, tetapi menurunkan permintaan barang inferior seperti singkong, yang cenderung digantikan oleh beras seiring dengan peningkatan daya beli. Harga barang pengganti, seperti ayam dan sapi, memiliki hubungan yang saling terkait; Penurunan harga satu jenis barang dapat menyebabkan penurunan permintaan barang penggantinya. Sementara itu, barang komplementer seperti kamera dan film juga menunjukkan hubungan yang saling bergantung, di mana kenaikan harga satu komponen dapat mengakibatkan penurunan permintaan mitranya. Selera konsumen yang dipengaruhi oleh pendapatan, lingkungan, dan usia juga telah menggeser kurva permintaan (Fauzi et al., 2023). Pertumbuhan jumlah penduduk juga mendorong peningkatan permintaan masyarakat dan kapasitas konsumsi. Selain itu, kenaikan harga yang diharapkan di masa depan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lebih awal untuk menghindari potensi kenaikan biaya di masa mendatang (Abdullah et al., 2024). Dalam kerangka ekonomi Islam, dinamika permintaan dipengaruhi oleh berbagai

faktor yang meliputi aspek ekonomi serta nilai-nilai spiritual dan etika, sehingga keputusan konsumsi tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan material. Secara umum, perubahan harga, pendapatan konsumen, selera, dan ekspektasi masa depan tetap menjadi penyebab utama seperti dalam teori konvensional (Zafar & Abu-Hussin, 2025). Namun, dalam Islam, permintaan juga dapat berubah karena meningkatnya kesadaran akan nilai-nilai syariah, seperti keinginan untuk mengonsumsi barang halal dan thayyib, serta menjauhi produk yang mengandung unsur haram atau berbahaya bagi lingkungan. Selain itu, faktor keimanan, gaya hidup sederhana, dan keinginan untuk menghindari israf juga mempengaruhi pola konsumsi umat muslim (Insani et al., 2021). Dengan demikian, perubahan tuntutan dalam Islam mencerminkan dinamika antara kebutuhan duniawi dan komitmen terhadap prinsip-prinsip moral dan berkah kehidupan.

### 3. Hukum Penawaran

Prinsip hukum penawaran menyatakan bahwa ketika harga suatu barang naik, produsen cenderung bersedia menawarkan jumlah yang lebih besar, dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya berada dalam kondisi tetap (*ceteris*

paribus) (Venny & Asriati, 2022). Dengan demikian mencerminkan fakta bahwa produsen termotivasi oleh maksimalisasi keuntungan: seiring dengan kenaikan harga, potensi keuntungan meningkat, yang kemudian menandakan peningkatan produksi. Hubungan penawaran sangat penting dalam menentukan efisiensi teknologi dan harga input. Menerapkan diskriminasi harga di sektor input mendorong sewa informasi dalam bentuk perizinan, meningkatkan transfer teknologi antar badan usaha yang meningkatkan efisiensi proses produksi, dan memperbesar jumlah barang dan jasa yang tersedia (Zeng et al., 2024). Implisit. Dalam sudut pandang ekonomi Islam, hukum penawaran menetapkan bahwa kenaikan harga suatu barang akan menyebabkan jumlah yang lebih besar dari barang yang ditawarkan oleh produsen, sedangkan penurunan harga memiliki efek sebaliknya dari penurunan pasokan. Namun, dalam Islam, pasokan tidak didorong oleh keuntungan materi saja. Penjual atau produsen bertanggung jawab secara moral untuk menyediakan barang yang halal, thayyib, dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan (Zulkifli & Yusuf, 2023). Kegiatan bisnis dan ketenagakerjaan harus dilakukan secara jujur, bersih dan bebas dari unsur

penipuan, riba dan eksploitasi. Dalam hal bisnis, Islam juga menggarisbawahi Barakah dan efisiensi sehingga menjadi layanan dalam beberapa cara. Pengambilan sampel sebagai hasil penelitian baru mengenal beberapa aturan tentang model hukum penawaran dalam Islam, seimbang antara Nilai-nilai Agama (spiritual dan sosial) dan kepentingan Perhitungan ekonomi (Abidin & Muzadi, 2022). Kesimpulan menunjukkan untuk peraturan pasokan yang paling penting dalam harga jual, Juga, termasuk tentang biaya komposisi produk dan tingkat inovasi produsen juga menghasilkan hukum pasokan bervariasi. Secara matematis, conereum ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Siregar et al., 2023):

$$Q_s = a + bP$$

Dengan keterangan:

$Q_s$  = Jumlah barang

$a$  = Parameter atau kuantitas konstan

$b$  = Koefisien penawaran

$P$  = Harga barang

Ekspresi lelang sebagai masalah optimasi dengan zero profit (Venny & Asriati, 2022):

$$Q_s = bP_x \pm P_y \pm I \pm Pr \pm H$$

Dengan keterangan:

$Q_s$  = Total price

$b$  =Konstanta

$P_x$  = Harga barang x

$P_y$  = Harga barang y

$I$  = Penghasilan atau pendapatan

$P_r$  =Promosi

$H$  = Komponen lainnya

Dalam kasus satu output, seseorang mendapatkan persaingan yang sempurna dan pemasok menghadapi seluruh permintaan industri; dan ketika menghasilkan banyak output, berguna untuk mendasarkan analisis pada teori biaya seperti yang diterapkan pada algoritma perbedaan file Swift, yang diperkenalkan dalam Swift 4.2 membantu pengembang untuk memahami perubahan yang dilakukan pada kode sumber, dan unit pemfaktoran ulang (yang merupakan salah satu massa kritis dalam alur plot) membantu produsen untuk membuat lebih banyak produk atau layanan terkait.

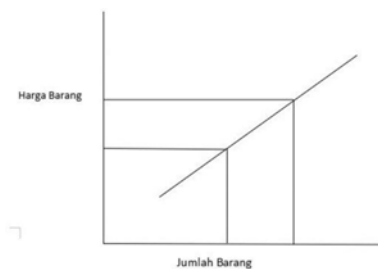


Figure 2: Kurva Hukum Penawaran

#### 4. Penyebab Perubahan Penawaran

Ada beberapa faktor penting yang mempengaruhi perubahan jumlah penawaran. Salah satunya adalah bagaimana berbagai biaya pemain America Soccer Jerseys yang tersedia dengan harga input atau biaya produksi tertinggi; Itu berarti biaya bahan baku atau faktor produksi meningkat, sehingga pasokan barang turun karena biaya produksi yang lebih tinggi. Sebaliknya, perubahan teknologi dapat membuat proses produksi lebih produktif sehingga produsen memajukan lebih banyak barang bahkan ketika total biaya Canadiens Sweatshirts meningkat karena biaya tambahan inc (Agil et al., 2024). Harga barang saja, ketika harga naik memberikan produsen insentif untuk mencoba meningkatkan pasokan untuk menghasilkan lebih banyak keuntungan, sementara jika harga turun itu menghilangkan motivasi kemauan untuk memasok bagi mereka (Abrha & Weldeyohans, 2025). Perubahan produktivitas sumber daya, termasuk faktor alam seperti iklim, yang dapat secara signifikan mempengaruhi hasil produksi. Ketika mereka Produsen menyadari bahwa pada kemungkinan kenaikan harga di masa depan bergerak penentuan Pasokan juga.; Biasanya kecenderungan mulai menunda

penjualan sebagai akibat dari kenaikan harga, dan ini tentu saja menyiratkan bahwa lebih sedikit barang yang dijual di pra (Yeoman, 2025). Dalam pandangan Islam, penyebab perubahan pasokan meliputi faktor ekonomi umum seperti perubahan harga barang, biaya produksi, teknologi, dan jumlah produsen, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai syariah yang khas. Dalam perspektif Islam, penawaran dapat berubah karena pertimbangan etika dan spiritual, seperti kesadaran produsen untuk hanya menawarkan barang halal dan thayyib, serta menjauhi praktik yang merugikan masyarakat atau lingkungan (Sahib et al., 2022). Selain itu, motivasi untuk mencari berkah dan ridha Allah, bukan hanya keuntungan materi, juga dapat mempengaruhi keputusan produsen untuk menambah atau mengurangi tawarannya. Faktor-faktor seperti kejujuran dalam perdagangan, keadilan dalam distribusi, dan tanggung jawab sosial merupakan elemen penting yang membedakan dinamika penawaran dalam ekonomi Islam dengan pendekatan konvensional (Harahap et al., 2023).

## 5. Kurva Keseimbangan Pasar

Keseimbangan pasar dicapai ketika nilai fungsi permintaan dan fungsi penawaran berada dalam kondisi yang

sama, yaitu ketika harga yang diharapkan oleh konsumen sejalan dengan harga yang ditetapkan oleh produsen, atau ketika jumlah barang yang diminta ( $Q_d$ ) sama dengan jumlah barang yang ditawarkan ( $Q_s$ ) (Arinze & Uchechukwu, 2024). Dalam situasi ini, baik konsumen maupun produsen tidak memiliki insentif untuk menambah atau mengurangi volume transaksi, sehingga menciptakan stabilitas di pasar. Persimpangan antara kurva permintaan dan kurva penawaran dikenal sebagai harga kesetimbangan (empiaga) (Prasetyo, 2023). Secara matematis, kesetimbangan pasar dapat ditentukan dengan merumuskan persamaan yang menghubungkan fungsi permintaan dan penawaran dengan persamaan  $Q_d = Q_s$  atau  $P_d = P_s$ , yang menunjukkan bahwa kesetimbangan tercapai ketika kuantitas dan harga barang dengan kuantitas yang diinginkan konsumen setara dengan kuantitas yang disediakan oleh produsen. Persamaan ini menjadi dasar analisis dalam menentukan titik kesetimbangan harga dan kuantitas barang di pasar, yang dapat digambarkan secara grafis melalui kurva kesetimbangan (Abrha & Weldeyohans, 2025):

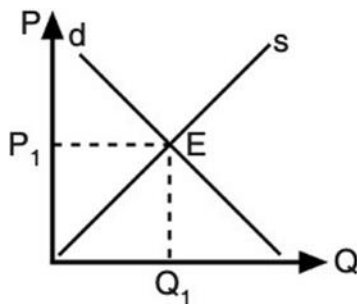


Figure 3: Kurva Keseimbangan Pasar

#### 6. Kegagalan Pasar dan Peran Pemerintah

Pasar idealnya harus dapat mendistribusikan sumber daya secara efisien jika memenuhi kondisi seperti persaingan sempurna, informasi transparan, dan barang pribadi. Namun, kondisi tersebut jarang tercapai dalam praktik, mengakibatkan kegagalan pasar (Zahara & Anwar, 2021). Bentuk kegagalan pasar termasuk informasi yang tidak lengkap, di mana konsumen dan produsen tidak memiliki pengetahuan penuh tentang produk tersebut; kekuatan monopoli yang memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga secara sepihak; eksternalitas, yaitu dampak ekonomi yang tidak tercermin dalam biaya produksi seperti polusi; barang publik yang tidak dapat disediakan secara optimal oleh mekanisme pasar, seperti jalan raya serta barang-barang altruistik seperti donor darah yang membutuhkan lembaga khusus untuk distribusinya (Nia & Daud, 2023).

Islam menganggap kegagalan pasar terjadi ketika mekanisme pasar tidak dapat menciptakan keadilan, efisiensi, dan kesejahteraan bagi semua lapisan masyarakat. Hal ini dapat disebabkan oleh praktik monopoli, penipuan, eksploitasi, atau ketidakseimbangan informasi antar pelaku ekonomi. Islam memandang pasar sebagai instrumen sosial yang harus dijalankan dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab moral (Tuli & Dua, 2025). Ketika pasar gagal memenuhi prinsip-prinsip tersebut, peran pemerintah menjadi penting sebagai hākim (regulator) untuk menegakkan keadilan dan mencegah kerusakan. Pemerintah dalam sistem ekonomi Islam berfungsi untuk mengawasi transaksi, menetapkan peraturan sesuai dengan syariah, dan mengintervensi jika terjadi ketimpangan atau pelanggaran maqāsid al-sharī'ah (tujuan utama syariah), seperti menjaga harta benda, kehidupan, dan kesejahteraan masyarakat (Azmi et al., 2024). Untuk mengatasi kegagalan pasar, pemerintah menerapkan berbagai kebijakan, antara lain pengendalian harga melalui penetapan harga minimum untuk melindungi produsen dan harga maksimum untuk melindungi konsumen, pembatasan kuota produksi untuk menjaga harga tetap stabil,

pengenaan pajak sebagai sumber dana pembangunan, dan pemberian subsidi kepada produsen agar biaya produksi menurun, harga lebih terjangkau, dan jumlah barang meningkat (Fatmawati, 2021).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Namun permintaan yang diajukan oleh pelanggan untuk barang dan jasa pada titik harga tertentu dipengaruhi oleh banyak variabel seperti tingkat harga yang berlaku, pendapatan, cita rasa orang, ukuran populasi, dan ekspektasi untuk tema ekonomi masa depan (Corredor et al., 2025). Sebaliknya, dalam arti penawaran, pasokan mengacu pada barang atau jasa yang tersedia untuk dijual dari produsen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti jumlah pelaku usaha, struktur biaya produksi, kondisi lingkungan, tingkat kemajuan teknologi, ekspektasi harga di masa depan (Vallabhaneni, 2022). Jadi, di bawah tag ekonomi syariah orientasi pihak penawaran harus berorientasi tidak hanya untuk mencari keuntungan tetapi juga sejalan dengan norma-norma etika seperti mematuhi kebenaran, larangan praktik penimbunan dan kepatuhan pada nilai-nilai moral (Putri et al., 2025).

Keseimbangan pasar mengacu pada titik di mana jumlah barang yang ingin

dibeli konsumen setara dengan kuantitas yang tersedia dari penjual pada tingkat harga tertentu yang berarti tidak ada lagi kelebihan penawaran atau permintaan. Situasi ini memiliki peran penting untuk menjaga tingkat harga yang stabil dan untuk memastikan kelancaran (Melero, 2024). Tetapi, dalam kondisi kehidupan nyata, keseimbangan yang berlaku di pasar akan sering hilang karena perilaku monopoli, informasi asimetris, eksternalitas, dan keberadaan barang publik dan altruistik. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan ini pemerintah harus turun tangan melalui pengendalian harga dan output, dan pajak. Baik dalam ekonomi konvensional maupun Islam, secara luas diakui bahwa pasar sangat signifikan bagi fungsinya ekonomi (Naeem & Ul Haq, 2025). Namun pandangan Islam menggarisbawahi perspektif bahwa pasar tidak hanya dimaksudkan untuk menghasilkan keuntungan tetapi juga sarana untuk mencapai keadilan sosial, kebaikan bersama, dan distribusi sumber daya yang adil di antara individu (Zul et al., 2025).

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, L. A., Canon, S., & Payu, B. R. (2024). Analisis Pengaruh Variabel Makro Ekonomi Terhadap

- Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Pembangunan (JSEP)*, 2(2), 324–335. <https://doi.org/https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jsep>
- Abidin, S., & Muzadi, H. (2022). Islamic Business Ethics: Construction of Balanced and Human Values. *IJED : International Journal of Economy Development Research*, 1(2), 58–80.
- Abraha, T., & Weldeyohans, B. (2025). The Dynamics of Market Equilibrium: A Theoretical Exploration of Price Formation. *International Journal of Economy, Energy and Environment*, 10(2), 46–51. <https://doi.org/10.11648/j.ijeee.20251002.13>
- Agil, A. M., Firdaus, A., & Buhaerah. (2024). Analisis Elastisitas Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Modern. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 14(1), 83–91.
- Albar, K., Misbach, I., & Muin, R. (2024). Value Theory in Islamic Economics: Implications for Market Structures and Pricing Mechanisms. *Jurnal Islam Nusantara*, 8(2), 233–244. <https://doi.org/http://doi.org/10.33852/jurnal.in.v8i1.570>
- Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 40–49. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.146>
- Anindita, N., Sukmaningrum, P. S., & Rusmita, S. A. (2024). Impact of Islamic Financial Literacy, Money Attitude, and Social Environment on Young Muslim Couples' Financial Planning. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(3), 449–462. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i3.60549>
- Arinze, E. D., & Uchechukwu, A. J. (2024). The Role of Elasticity in Shaping Business Strategy and Economic Policy. *Eurasian Experiment Journal Of Scientific And Applied Research (EEJSAR)*, 6(1), 17–24.
- Azmi, N., Hamzah, I., & Lousada, S. A. N. (2024). Maqasid al-Shariah: Foundation for Sustainable Sharia Economic Development. *Al-Tijarah: Journal of Islamic Economics, Finance and Business*, 1(1), 1–12.
- Bhadra, M., & Kim, D. (2023). Income elasticity of demand and stock

- market beta. *International Finance*, 26(2), 225–240. <https://doi.org/10.1111/infi.12432>
- Corredor, J., Jerez, D., & Cely-Acosta, J. S. (2025). A Model of Consumer Demand with Anchoring and Price Effects on Purchase Behavior. *Perspectives on Behavior Science*, 48(2), 389–422. <https://doi.org/10.1007/s40614-025-00448-2>
- Dillon, E. (2025). The Economics Of Consumer Behavior: Understanding Demand And Preferences. *Journal of Economics and Economic Education Research*, 26(1).
- Fadilah, D. (2025). Peran Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi: Tinjauan Maqasid Syariah Tentang Hifzh Al-Mal. *Jurnal Global Ilmiah*, 2(6). <https://doi.org/10.55324/jgi.v2i6.196>
- Fatmawati. (2021). Kegagalan Pasar dan Campur Tangan Pemerintah. *JALHu: Jurnal Al- Mujaddid Humaniora*, 7(2), 87–94.
- Fauzi, A., Sandopart, D. P. Y. A. L., Anglaini, E., Utami, P. K., Adha, M. A., & Dewanahalim, M. A. (2023). Pengaruh Permintaan Dan Penawaran Terhadap Kebutuhan Pokok Di Pasar. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 29–39. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.711>
- Ghunmi, L. A., Avdukic, A., Ghunmi, D. A., & Khaleel, F. (2025). Water governance and sustainability: an Islamic moral economy perspective on circular resource use. *Discover Sustainability*, 6(1), 1126. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01961-9>
- Güney, N. (2024). Maqāsid al-Sharī‘a in Islamic Finance: A Critical Analysis of Modern Discourses. *Religions*, 15(1), 114. <https://doi.org/10.3390/rel15010114>
- Harahap, B., Risfandy, T., & Futri, I. N. (2023). Islamic Law, Islamic Finance, and Sustainable Development Goals: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 15(8), 6626. <https://doi.org/10.3390/su15086626>
- Hasanah, M., & Achiria, S. (2024). ANALISIS HARGA ADIL PADA PASAR SEMPURNA. *Journal of Sharia Economics*, 5(2), 133–143.

- <https://doi.org/10.22373/jose.v5i2.4220>
- Hubbansyah, A. K., Hakim, Dedi Budiman Hartoyo, S., & Widyastutik. (2023). Analisis Empiris Atas Teori Dualistik Ekonomi Lewis: Studi Kasus Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 12(1), 1–22.  
<https://doi.org/10.29244/jekp.12.1.2023.1-22>
- Insani, T. D., Al-Faizin, A. W., & Ryandono, M. N. H. (2021). The Impact Of Halal At Thayyib And Consumption Ethics On Economic Growth: An Economic Tafsir Of Al-Baqarah 168. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(2), 459–474.  
<https://doi.org/10.21098/jimf.v5i2.1071>
- Junaidi, J., Dewi, R., & Rahmawati, R. (2025). Religiosity's role in Islamic bank consumers' ethics, materialism and social responsibility (CnSR): a divine command theory (DCT) perspective. *Journal of Islamic Marketing*.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2024-0001>
- Lubis, A. Z., Nahulae, L. L., Anggraini, N. M., Adawiyah, R., & Suhairi. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 25–28.  
<https://doi.org/https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21412>
- Lubis, S. N., Rizky, M. S., Nafisa, V. R., & Harahap, M. A. (2025). Menganalisis Teori Permintaan, Penawaran dan Keseimbangan Pasar. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 409–417.  
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i2.1826>
- Matondang, K. A., Sihotang, Y. R. M., Banjarnahor, O. M., & Sitorus, N. (2024). Keseimbangan pasar: Analisis Ekonomi Mikro dalam Menentukan Harga dan Kuantitas Optimum. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 384–393.
- Melero, I. (2024). Economic Equilibrium Balancing Supply, Demand and Policy. *Business and Economics Journal*, 15(2).  
<https://doi.org/10.37421/2151-6219.2024.15.484>

- Migkos, S. P., Giannakopoulos, N. T., & Sakas, D. P. (2025). Impact of Influencer Marketing on Consumer Behavior and Online Shopping Preferences. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(2), 111. <https://doi.org/10.3390/jtaer20020111>
- Naeem, A., & Ul Haq, A. (2025). Comparative Analysis of Islamic and Conventional Economic, Banking and Microfinance System. *Journal of Asian Development Studies*, 14(2), 1244–1256. <https://doi.org/10.62345/jads.2025.14.2.98>
- Nia, I., & Daud, D. (2023). Analisis Faktor Faktor Penyebab Kegagalan Pasar dan Campur Tangan Pemerintah. *Zabags International Journal Of Economy*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.61233/zijec.v1i1.31>
- Nisak, K. (2022). The Relevance of Ibn Khaldun's Economic Thought on The Prices Mechanism in The Modern Economy. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(2), 126–138. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.5092>
- Prasetyo, A. A. (2023). Pengaruh Fungsi Permintaan dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar. *RESWARA: Jurnal Riset Ilmu Teknik*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.62238/reswara;jurnalrisetilmuteknik.v1i1.17>
- Puspaningrum, C. (2025). Penerapan Sub Pokok Fungsi pada Matematika Ekonomi terhadap Fungsi Permintaan dan Fungsi Penawaran. *Accounting Progress*, 4(1), 38–43. <https://doi.org/10.70021/ap.v4i1.225>
- Putri, F. W., Latifah, F. F., Ni'mah, N. F., Gabriella, S. M., & Hidayati, A. N. (2025). Prinsip Keadilan Dalam Teori Permintaan Dan Penawaran Ekonomi Islam. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 34–44. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v6i1.12119>
- Rani, N. M., Pamungkas, M. G., & Irawan, S. A. (2025). Analisis Konsep Permintaan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Nilai Spiritual dalam Mempengaruhi Permintaan Konsumen. *Epsilon : Journal of Management (EJoM)*, 3(1), 65–84. <https://doi.org/DOI> : <https://doi.org/>
- Rozuli, A. I., Afala, L. O. M., Haboddin, M., & Chawa, A. F. (2024). Social

- Capital, Institutional Change, and Rural Development in Transmigration Area, West Muna Regency, Indonesia. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 29(2). <https://doi.org/10.7454/MJS.v29i2.13578>
- Sahib, M., Anugrah, M. F., & Syam, N. (2022). Implementasi Etika Ekonomi Islam Dalam Kegiatan Produksi, Distribusi Dan Konsumsi. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 16–27. <https://www.ucm-si.ac.id/jurnal/index.php/el-fata>
- Setiawan, R. A. (2023). Avoidance of Riba-Based Loans and Enhancement of Quality of Life: An Indonesian Context Analysis. *Religions*, 14(11), 1376. <https://doi.org/10.3390/rel14111376>
- Siadari, D. F. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Konsumen. *Jurnal Seminar Nasional*, 226–238.
- Simatupang, W. (2024). Keseimbangan Umum Perekonomi dalam Pendekatan Matematis. *Ekonomi: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 1–12.
- Sirait, F. Y., Fitri, M., & Harahap, I. (2023). Markets Equilibrium: The Is-Lm Model. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1096–1105. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/jms.v8i2.19072>
- Siregar, T. M., Naibaho, E., Ginting, S., Sormin, S. G. L., & Siregar, B. S. (2023). Pengaruh Fungsi Permintaan dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 222–232. <https://doi.org/https://doi.org/10.30605/pedagogy.v8i1.2485>
- Susanti, N. (2025). Keseimbangan Pasar Barang dalam Perspektif Ekonomi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(7), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14883723>
- Tanri, I. B. P., Suci, D. P., Febriyani, A., & Kartika, I. (2024). Analisis Harga Permintaan Dan Penawaran Dalam Keseimbangan Pasar Ugu Menggunakan Grafik. *Jurnal Witana (JW)*, 2(2), 22–25. <http://jurnalwitana.com/>
- Tuli, E., & Dua, S. (2025). Harmonizing Islamic Finance Principles with

- Microeconomics and Macroeconomics Theories: A Sacred Perspective. *Review Of Islamic Economics And Finance*, 8(1), 16–27. <https://www.ucm-si.ac.id/jurnal/index.php/el-fata>
- Vallabhaneni, M. (2022). Introduction to Supply and Its Determinants. *International Journal of Innovative Research in Computer Science & Technology (IJIRCST)*, 10(6), 46–53.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184–194. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>
- 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), 117–131.
- Yeoman, I. (2025). A supply chain perspective on pricing. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 24(1), 1–2. <https://doi.org/10.1057/s41272-025-00522-z>
- Zafar, M. B., & Abu-Hussin, M. F. (2025). Halal purchasing decisions and consumer behavior: a multi-method review. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2024-0365>
- Zahara, V. M., & Anwar, C. J. (2021). *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*. Media Sains Indonesia.
- 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.v7i2.1812>
- Zeng, C., Qiao, C., & Zhao, L. (2024). Input Price Discrimination and Downstream Licensing. *ResearchGate*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34986.43207/1>
- Zhang, W. (2025). An Economic Analysis of Price Elasticity: Model, Challenges, and Implications. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 187(1), None-None. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2025.BL23782>

Zul, M. Z., Abdullah, M. S., Tuah, S. N. A.,  
Asrul, S. A., Zainudin, Z. A., &  
Yahya, W. K. (2025). *Understanding  
Whistleblowing Intention Among  
Public Sector Employees in Malaysia*  
(pp. 515–525).  
[https://doi.org/10.1007/978-3-031-  
85898-7\\_45](https://doi.org/10.1007/978-3-031-85898-7_45)

Zulkifli, S. N., & Yusuf, S. N. S. (2023).  
*Maqasid Syariah and Digital  
Transformation of Halal Supply  
Chain With Governance  
Elements.* 103–115.  
[https://doi.org/10.15405/epsbs.2023.  
11.9.](https://doi.org/10.15405/epsbs.2023.11.9)