



# BAB

## 7

## TEORI PENAWARAN ISLAM

### A. Pendahuluan

Pembahasan teori penawaran pada ekonomi Islam sebenarnya merupakan kelanjutan dari pembahasan tentang teori permintaan dalam ekonomi Islam. Telah dibahas pada bab-bab sebelumnya tidak ada perusahaan yang bersedia memproduksi ketika tingkat harga yang berlaku lebih kecil daripada biaya variabel rata-rata. Jadi, setiap perusahaan hanya akan memproduksi jika harga yang berlaku lebih tinggi daripada biaya variabel.

Seperti halnya pada permintaan dalam Islam yang diturunkan dari fungsi konsumsi, maka teori penawaran Islam pada hakikatnya adalah derivasi dari perilaku individu-individu perusahaan dalam analisis biayanya. Pada dasarnya terdapat garis harga yang tak terbatas jumlahnya di atas titik perpotongan antara kurva biaya marginal dengan kurva biaya rata-rata, dan dari sinilah kita dapat menemukan beberapa kuantitas yang dapat ditawarkan pada setiap tingkatan harga.

Ada sebagian penjelasan tentang aspek penawaran dalam ekonomi Islam sebenarnya sudah diungkapkan dalam penjelasan tentang permintaan. Namun, penjelasan tersebut kurang mampu mewakili pemahaman tentang teori penawaran Islam secara gamblang dan menyeluruh. Oleh karena itu, dalam bab ini yang akan dibahas berikut ini akan dibahas beberapa hal mengenai teori penawaran dalam ekonomi mikro Islam.

## **B. Teori Penawaran Islami**

Menurut Winardi (1991), penawaran adalah jumlah produk tertentu yang para penjual bersedia untuk menjualnya pada pasar tertentu pada saat tertentu.<sup>90</sup> Menurut Lipsey, dkk (1991) makin tinggi harga suatu produk, makin besar jumlah produk yang ditawarkan, dengan catatan faktor yang lain sama (*ceteris paribus*).<sup>91</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa penawaran adalah jumlah barang ataupun jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga tertentu dan selama periode waktu tertentu.

Harga suatu barang adalah faktor yang paling penting untuk menentukan penawaran barang. Oleh karenanya, teori penawaran (*supply*) selalu memfokuskan perhatiannya terhadap hubungan antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Ibn khaldun berpendapat tentang penawaran, bila penduduk kota

---

<sup>90</sup> Yogi, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 7.

<sup>91</sup> *Ibid*, hal.7.

memiliki makanan berlebih dari yang mereka butuhkan akibatnya harga makanan menjadi murah, tapi di kota kecil, bahan makanan sedikit, maka harga bahan makanan akan tinggi. Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga akan naik.

Namun bila jarak antar kota dekat dan aman akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, sehingga harga akan turun.<sup>92</sup> Keinginan para penjual dalam menawarkan harganya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Harga barang itu sendiri dan harga barang lain/substitusi

Jika harga barang naik maka penawaran akan meningkat. Dan jika harga barang rendah maka penawaran akan menurun.

2. Biaya produksi

Biaya adalah yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan jasa. Mencangkup biaya tenaga kerja, bahan baku, sewa gedung dan lain-lain. Dalam prinsip akuntansi, biaya adalah semua item yang masuk dalam neraca rugi laba.

3. Tingkat teknologi yang digunakan

Tingkat teknologi memegang peranan penting dalam menentukan banyaknya jumlah barang yang dapat ditawarkan. Kenaikan produksi dan perkembangan ekonomi yang pesat di berbagai negara terutama disebabkan oleh penggunaan

---

<sup>92</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam:Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) ed.1 cet.2 hal. 71-72.

teknologi yang semakin modern. Kemajuan teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktivitas, mempertinggi mutu barang, dan menciptakan barang-barang yang baru.<sup>93</sup>

4. Jumlah penjual  
Jumlah penjual memiliki pengaruh besar terhadap penawaran. Makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu maka makin tinggi penawaran.
5. Kondisi alam  
Kondisi alam juga mempengaruhi penawaran. Karena jika terjadi bencana alam, maka akan mengakibatkan penawaran barang-barang tertentu akan berkurang khususnya barang-barang hasil pertanian.
6. Ekspetasi  
Jika diperkirakan harga barang mereka akan naik pada masa yang akan datang maka mereka dapat menyimpan barang mereka beberapa hari agar dapat menjualnya kemudian hari sehingga mendapat keuntungan yang lebih tinggi.<sup>94</sup>

Faktor ekspetasi harga pada masa yang akan datang membolehkan supplier dapat menyimpan barang produksinya beberapa waktu pada waktu harga rendah dan mengeluarkannya pada harga naik, jelas berbeda dengan konsep ekonomi dalam Islam. Dalam Islam, penahanan barang produksi dimaksud adalah untuk

---

<sup>93</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi.....*, hal. 88.

<sup>94</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam:Teori .....*, hal.72-73.

melindungi harga barang-barang agar produsen tidak mengalami kerugian yang disebabkan oleh rendahnya harga barang seperti terjadi ketersediaan barang produksi yang melimpah di masa panen raya yang menyebabkan harga produksi turun.

Tetapi jika penahanan barang bertujuan untuk menimbun barang ketika harga rendah, dan menjualnya jika harga naik, hal itu tidak dibenarkan dalam Islam karena perbuatan tersebut termasuk ihtikar terlarang dalam Islam. Hukum penawaran mengatakan, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang yang akan ditawarkan oleh penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan.

Dalam kitab al-Kharaj, Abu Yusuf menjelaskan tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsip tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan oleh kelangkaan makanan. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah. Terkadang makanan berlimpah tetap mahal, dan terkadang makanan sangat sedikit tapi murah.<sup>95</sup>

Teori penawaran Islami tidak terlepas dari kaidah dan ketentuan yang digaris Allah kepada manusia dalam melakukan kegiatan produksi. Dalam melakukan pengolahan alam, manusia harus senantiasa menjaga kesinambungan kehidupan disekitarnya, dan jangan

---

<sup>95</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal.252.

sampai melakukan perusakan. Kegiatan produksi juga dianjurkan terhadap barang-barang yang bermanfaat, dan diolah secara halal dan dibenarkan dalam syariat. Tidak dibenarkan melakukan kegiatan produksi yang jika dikonsumsi menimbulkan kerusakan pada orang lain. Seperti yang tercantum dalam:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً  
فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفَلَكَ  
لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ ﴿١٦٦﴾ وَسَخَّرَ  
لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبَيْنِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ﴿١٦٧﴾  
وَأَاتَكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ ۗ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا  
تُحْصَوْنَهَا ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ ﴿١٦٨﴾

*“Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai. Dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. Dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dari segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. Dan jika kamu*

*menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu sangat zalimdan sangat mengingkari (nikmat Allah). (QS Ibrahim: 32-34)<sup>96</sup>*

### **C. Pengaruh Zakat Terhadap Penawaran**

Kewajiban zakat mengikat bagi seorang pengusaha muslim, maka sedini mungkin ia akan mengalokasikan sejumlah dananya untuk digunakan membayar zakat.<sup>97</sup> Sehingga melalui zakat tersebut akan menjadikan suatu tanggung jawab bagi umat Islam untuk tolong menolong. Dalam kewajiban zakat terkandung unsur moral, sosial dan ekonomi. Dalam bidang ekonomi, zakat mencegah terjadinya penumpukan kekayaan pada seseorang dan mewajibkan orang kaya untuk mendistribusikan harta kekayaannya pada orang miskin.

Zakat yang dikenakan kepada hasil produksi adalah zakat perniagaan. Pengenaan zakat perniagaan memberikan pengaruh yang berbeda dibandingkan dengan pengenaan pajak penjualan. Dalam konsep islam, zakat perniagaan dikenakan bila terpenuhinya dua hal: *nisab* (batas minimal harta yang menjadi objek zakat, yaitu setara 96 gram emas) dan haul (batas minimal waktu harta tersebut dimiliki yaitu satu tahun).<sup>98</sup> Dari pernyataan di atas, dapat diketahui bahwasannya

---

<sup>96</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an .....*, hal. 350-351.

<sup>97</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), hal. 211.

<sup>98</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro .....*, hal.160.

apabila *nisab* dan *haul* sudah terpenuhi, maka perusahaan tersebut wajib mengeluarkan zakatnya sebesar 2,5%.

Objek zakat perniagaan itu sendiri adalah berupa barang yang dapat diperjualbelikan. Dalam ilmu ekonomi, ini berarti yang menjadi objek zakat perniagaan adalah *revenue minus cost*. Sedangkan dalam hal komponen biaya, ulama berbeda pendapat. Sebagian ulama berpendapat bahwa biaya tetap yang boleh diperhitungkan, sedangkan sebagian ulama lainnya berpendapat bahwa hanya biaya variabel saja yang boleh diperhitungkan.<sup>99</sup> Pendapat pertama berarti yang menjadi objek zakat adalah *economic rent*, lalu pendapat kedua berarti yang menjadi objek zakat adalah *quasi rent* atau *producer surplus*.<sup>100</sup>

Pendapat manapun yang digunakan atas objek zakat ini sama sekali tidak memberikan pengaruh terhadap ATC, yang berarti pula tidak ada pengaruh terhadap profit yang dihasilkan. Pengenaan zakat perniagaan juga sama sekali tidak memberikan pengaruh terhadap MC, yang berarti pula tidak memberikan pengaruh terhadap kurva penawaran. Upaya memaksimalkan profit berarti memaksimalkan *producer surplus*, dan sekaligus berarti memaksimalkan zakat yang harus dibayar. Jadi dengan adanya pengenaan zakat perniagaan, perilaku memaksimalkan profit berjalan sejalan dengan perilaku memaksimalkan zakat.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> *Ibid*, hal.161.

<sup>100</sup> *Ibid*, hal.161.

<sup>101</sup> *Ibid*, hal.161.

#### D. Kurva Penawaran Jangka Pendek

Di setiap harga yang diatas  $P^1$  berapapun penjualan yang dilakukan produsen harganya selalu melebihi AVC dengan ini produsen memiliki laba ekonomis positif. Dimana grafik MC dan AVC sama ini akan terjadi titik potong yang dinamakan titik impas jangka pendek (*short-run break-even point*). Di titik impas jangka pendek ini produsen tidak mendapat laba yang ekonomis, tetapi hanya mencapai tingkat BEP saja.<sup>102</sup> Jadi bisa dikatakan bahwa titik impas akan beroperasi bila harga di atas AVC. Ketika produsen ingin mengoptimalkan keuntungannya maka produsen akan memproduksi ketika  $MC=MR$ , yang di asumsikan pasar bersifat persaingan sempurna maka harga berfungsi sebagai MR.

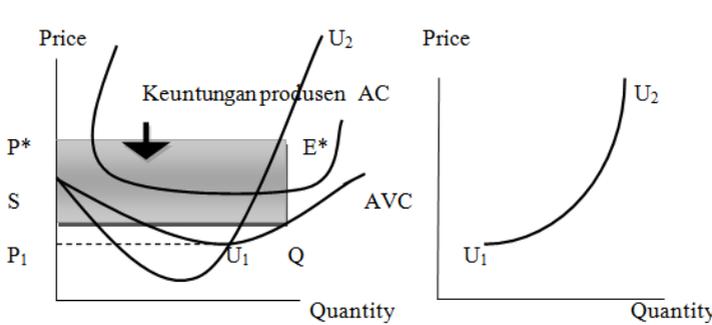
Jadi dengan ini  $MC = P = MR$ , pada gambar 7.1 bila harga yang ada di pasaran ber;aku dengan jangka pendek adalah  $P^*$  maka produsen akan memiliki keuntungan yang ekonomis yaitu  $P^*E^*QS$ . Dengan demikian kurva MC yang berada di atas kurva AVC adalah garis yang menjelaskan produsen bersedia memproduksi. Untuk lebih jelasnya pada gambar 7.1 apabila  $U_1$  dan  $U_2$  dihubungkan, maka akan mendapat kurva penawaran. Lebih jelasnya pada gambar 7.1 yaitu fungsi penawaran untuk individu produsen dan bukan fungsi penawaran untuk industri atau pasar.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> *Ibid*, hal.151.

<sup>103</sup>*Ibid*, hal.152.

**Gambar 7.1**  
**Hubungan antara Kesiediaan untuk Berproduksi**  
**dengan Kurva Penawaran**

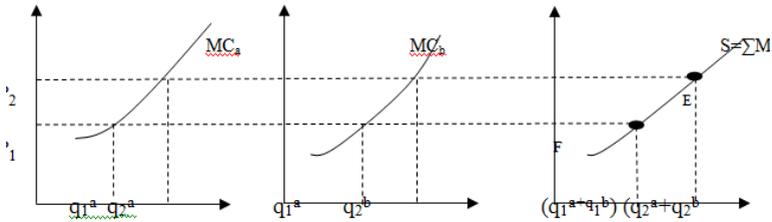


Untuk kurva penawaran jangka pendek dari sektor industri secara keseluruhan dapat di rumuskan lewat penjumlahan horizontal seluruh kurva penawaran jangka pendek masing-masing perusahaan. Lebih jelasnya untuk mengilustrasikan penjumlahan horizontal kurva penawaran dapat dilihat di gambar 7.2. Kurva marginal untuk dua perusahaan di lambnagkan dengan  $MC_a$  pada panel (a) dan  $M_b$  pada panel (b). Dua kurva biaya marginal akan berlaku bila harga-harga lebih besar dari pada harga variable rata-rata minimum dari masing-masing produsen.

Di panel (a), perusahaan hanya memproduksi  $q_1$ , jika harga yang berlaku adalah  $P_1$ . Dan bila harganya  $P_2$  perusahaan akan memproduksi sebesar  $q_2$ . Ini berlaku untuk produsen kedua yang memproduksi pada  $q_1^b$  apabila harga yang berlaku  $P_1$ , begitu juga dengan bila harga berada di  $P_2$  maka produsen kedua akan memproduksi  $q_2^b$ . Jika di asumsikan industri yang sama

hanya produsen a dan b jadi penambahan secara horizontal merupakan penawaran industry atau  $\sum MC$ .

**Gambar 7.2**  
**Perumusan Kurva Penawaran Sektor Industri**



### E. *Marginal Cost* dan Kurva Penawaran

Dalam jangka pendek, perusahaan akan memaksimalkan labanya dengan memilih jumlah output dimana harga sama dengan marginal cost. Selama tingkat harga tersebut lebih besar daripada nilai minimal biaya variabel rata-rata (AVC). Jika kedua keadaan tersebut terpenuhi, maka itulah kurva penawaran.<sup>104</sup> Kurva penawaran bersifat naik dari kiri bawah ke kanan atas disebabkan karena adanya hubungan yang positif diantara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin banyak jumlah yang ditawarkan.<sup>105</sup>

Di tiap tingkat harga di bawah minimum AVC, dan nilai yang di tawarkan adalah nihil. Ketika tingkat

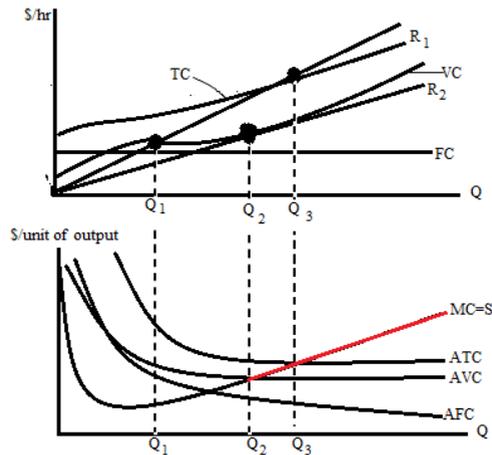
<sup>104</sup> Adiwarman, A. Karim. *Ekonomi Mikro* ....., hal. 155.

<sup>105</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi* ....., hal. 87.

harga sama dengan AVC, maka jumlah yang di tawarkan adalah  $Q_2$ . Untuk tingkat harga di atas AVC, maka jumlah yang di tawarkan akan di gambarkan kurva MC. Dimisalkan ketika tingkat harga sama dengan ATC, maka jumlah yang di tawarkan adalah kurva  $Q_2$ . Jadi kurva penawaran adalah kurva marginal cost yang diatas AVC, yaitu kurva yang dicetak tebal yang memiliki selisih antara kurva ATC dan kurva AVC yang di gambarkan dengan celah di antara kedua kurva tersebut, menggambarkan AFC (*average fixed cost*).

Untuk tingkat harga diatas AVC, namun di bawah AVC (yaitu antar output  $Q_2$  dan  $Q_3$ ), berarti perusahaan mengalami kerugian setiap output yang di jual karena harga lebih kecil di banding ATC, seperti yang di gambarkan leh kurva penawaran yang berada di antara kurva ATC dan AVC. Meski harga lebih kecil di banding ATC, tapi bagi perusahaan tetap menjual outputnya karena perusahaan sudah mampu membayar AVC nya, dan kerugian yang terjadi sebesar AFC nya. FC adalah biaya tetap yang harus dibayar perusahaan apakah perusahaan memproduksi atau tidak memproduksi, maka perusahaan lebih baik memproduksi output sejumlah  $Q_2$  dan  $Q_3$ .

**Gambar 7.3**  
**Biaya Marginal dan Kurva Supply**



Dengan demikian, perusahaan berharap tetap memantapkan keberadaan produknya di pasaran. Tetapi jika tingkat harga melampaui ATC, maka perusahaan akan membekukan laba. Bagaimana bila perusahaan memilih untuk tidak memproduksi bila harga di bawah ATC? Kerugian perusahaan akan bertambah besar:

1. Perusahaan harus tetap menanggung AFC
2. Perusahaan tidak mempunyai kegiatan operasi yang berarti para pelaksana perusahaan tidak mempunyai pendapatan.

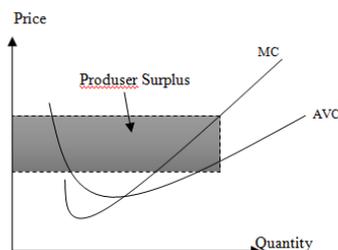
### ***F. Producer Surplus***

*Producer surplus* merupakan selisih antara total *revenue* dengan total *variable* yang dapat di hitung dengan dua cara, yakni cara pertama dengan system matematis total *revenue* adalah hasil kali  $P^*Q^*$  dan untuk

total *variable cost* adalah hasil kali AVC dengan  $Q^*$ . Selisih keduanya dapat di gambarkan dengan segi empat yang diarsir yaitu hasil kali antara  $(P^*-AVC)$  dengan  $Q^*$ .<sup>106</sup> Inilah yang disebut *producer surplus* yang secara matematis di tulis dengan:

$$\begin{aligned} \text{Produser surplus} &= TR-TVC \\ &= (P \times Q)-(AVC \times Q) \\ &= (P - AVC) \times Q \end{aligned}$$

**Gambar 7.4**  
**Surplus Produsen/Quasi Rent (a)**



Dan cara yang kedua untuk menghitung *producer surplus* dengan memperhatikan *variable cost* untuk memproduksi 1 unit output yang sama dengan *marginal cost* pada jumlah output 1 unit. Tetapi jika *variable cost* memproduksi 2 unit output yang sama dengan *marginal cost* di tambah dengan 1 output dan 2 jumlah *marginal cost* dan seterusnya sehingga menghasilkan  $VC(Q) = MC(1) + MC(2) + \dots + MC(Q)$ . Yang secara grafis total *variable* dapat digambarkan dengan daerah yang tidak di arsir yang berda di bawah kurva MC. Sedangkan total revenue adalah hasil kali P dengan Q. Sehingga *producer*

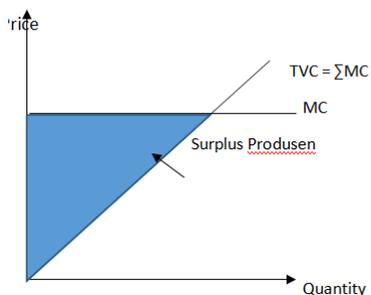
<sup>106</sup> Adiwarman, A. Karim. *Ekonomi Mikro.....*, hal. 157

surplus digambarkan dengan daerah yang diarsir yang di bawah P dan di atas kurva MC.<sup>107</sup>

**Tabel 7.1**  
**Penawaran**

Q	TVC	MC	SMC
0	0	0	0
1	100	100	100
2	200	100	200
3	300	100	300
4	400	100	400
5	500	100	500
6	600	100	600
7	700	100	700
8	800	100	800

**Gambar 7.5**  
**Surplus Produsen/Quasi Rent (b)**



<sup>107</sup> *Ibid*, hal. 158