

## KONSEP BIAYA PADA EKONOMI ISLAM SERTA IMPLEMENTASINYA DALAM ASPEK PENAWARAN

Annisa Febriyanti

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E-mail: [05010220005@student.uinsby.ac.id](mailto:05010220005@student.uinsby.ac.id)

---

### ABSTRAK

Penawaran merupakan segala barang dan jasa yang ada, sehingga bisa ditawarkan oleh penjual kepada pembeli pada suatu tingkatan harga dan di waktu tertentu. Penawaran islam juga terdapat perbedaan dengan penawaran hedonis yang menyatakan bahwa barang atau jasa yang dipromosikan harus jelas. Sehingga dalam proses penawaran itu tidak merugikan orang lain yang melakukan permintaan. Tujuan dari ditulisnya makalah ini adalah menjelaskan mengenai bagaimana konsep biaya pada ekonomi islam serta implementasinya dalam aspek penawaran. Metode penelitian dalam makalah ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan teknik studi kepustakaan. Hasil dari makalah ini dapat disimpulkan bahwa konsep biaya pada ekonomi islam tersebut ada marginal cost dan prosedur surplus.

**Kata Kunci:** Penawaran, Ekonomi Mikro Islam, Konsep Biaya

### PENDAHULUAN

Harga adalah alat terpenting dari teori ekonomi mikro. Teori ini digunakan guna menganalisis alokasi dan komposisi suatu produk serta input. Harga barang ini ditetapkan oleh permintaan dan penawaran. Pembahasan mengenai teori penawaran pada ekonomi mikro islami ini adalah menjadi lanjutan dari penjelasan mengenai teori permintaan. Misalnya seperti dalam permintaan itu terdapat fungsi konsumsi, maka penawaran ini pada dasarnya merupakan derivasi dari perilaku individu ketika menganalisis biaya. Teori penawaran merupakan ilmu yang menjelaskan mengenai sifat penjual dalam mempromosikan produk yang akan dijualnya. penawaran merupakan segala barang dan jasa yang ada, sehingga bisa ditawarkan oleh penjual kepada pembeli pada suatu tingkatan harga di waktu tertentu. Dalam makalah ini akan dibahas mengenai teori penawaran dalam perspektif Islam, konsep biaya terhadap penawaran ekonomi Islam, serta implementasinya. Jurnal ini ditulis menggunakan

metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu sesuai studi kepustakaan. Tujuannya guna menjelaskan bagaimana konsep biaya pada ekonomi islam serta implementasinya dalam aspek penawaran. Teknik pengumpulan datanya dengan cara mengumpulkan teori-teori mengenai penawaran.

## PEMBAHASAN

### Pengertian Penawaran dalam Perspektif Islam

Berdasarkan ilmu ekonomi, penawaran merupakan segala barang dan jasa yang ada, sehingga bisa ditawarkan oleh penjual kepada pembeli pada suatu tingkatan harga di waktu tertentu. Penawaran juga dapat didefinisikan sebagai segala jumlah barang dan jasa yang terjadi di pasar dalam suatu waktu tertentu. Selain itu, penawaran merupakan perbandingan lurus antara harga dan penawaran.<sup>1</sup> Artinya perbandingan lurus antara harga dalam total barang yang dipromosikan contohnya seperti jika harga meningkat, maka penawaran juga akan naik, sebaliknya jika harga menurun, maka penawaran juga akan mengalami penurunan. Hal ini disebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Definisi diatas dikatakan oleh Alfred Marshall yaitu penemu konsep penawaran.

Menurut Ibnu Khaldun pengaruh penawaran ini ada karena untuk dapat menentukan harga. Apabila penawaran naik, maka harga juga akan mengalami kenaikan begitu juga sebaliknya. Beliau yakin bahwa yang mengakibatkan turunnya harga akan berdampak pada pedagang. Dan jika akibat dari tingginya harga juga akan menyulitkan konsumen, terutama pada rakyat yang miskin. Sebab menurut Ibnu Khaldun bahwa harga rendah guna kebutuhan pokok wajib dipertimbangkan tanpa merugikan produsen. Sedangkan menurut Ibnu Timiyah, harga naik tersebut dikarenakan adanya kenaikan populasi pembeli dalam permintaan di pasar. Maka dari itu, harga bisa naik karena adanya penawaran yang turun dari pergeseran kurva ke kiri, atau permintaan naik pergeseran kurva ke kanan yang berhubungan dengan fluktuasi harga. Sehingga naik

---

<sup>1</sup> Dika Adina Yuha, *Analisis Pelaksanaan Collateral Auction Pada Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Syariah ( Studi Kasus Pada BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton )*, 2021, 19.

turunnya harga terjadi karena adanya perbuatan-perbuatan licik didalam pasar, misalnya penimbunan barang yang dilakukan oleh spekulan.<sup>2</sup>

Produksi Islam tidak boleh menyebabkan kerusakan alam dan lingkungan, artinya dilarang untuk mengakibatkan hutan menjadi gersang, sehingga dapat menyebabkan banjir dan tanah longsor, serta menimbulkan pencemaran udara karena kurangnya udara segar. Produksi Islam ini juga dilarang untuk memproduksi produk yang dapat mengakibatkan kerugian jika dikonsumsi, baik itu merusak kesehatan, moral, maupun kepriadian. Etika dan moral dalam kegiatan produksi ini dibatasi oleh aturan-aturan dan akan mempengaruhi fungsi pasokan barang dan jasa. Misalnya dalam kasus penurunan permintaan dari fungsi konsumsi, teori penawaran ini pada dasarnya merupakan bentukan dari perilaku perusahaan tunggal dalam menganalisis biaya. Seperti halnya, jika proses produksi menghasilkan polusi, maka perlu dihitung biaya lingkungan atau sosial, biaya produksi akan meningkat dan penawaran akan berkurang.<sup>3</sup>

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran terhadap ekonomi islam merupakan menurut pemikiran ekonomi Islam klasik, penawaran dianggap sebagai kekuatan yang utama di Pasar. Contohnya seperti yang dikatakan oleh Ibnu Taimiyah yang menyebutkan bahwa penawaran untuk ketersediaan barang di pasar. Menurut pandangannya, pasokan bisa di impor dan diproduksi dalam negeri, kegiatan ini dilaksanakan secara bersama-sama antara produsen dan penjual. Tawar-menawar dalam Islam ini didasarkan pada:<sup>4</sup>

a) Masalahah

Maslahah dalam penawaran yang pada dasarnya akan bergantung pada kualitas keimanan dari seorang penjual. Apabila total masalah yang terdapat dalam barang yang diproduksi itu meningkat, maka penjual akan meningkatkan volume produksinya.

b) Keuntungan

Keuntungan yang dimaksud disini adalah bagian dari masalah, sebab bisa diakumulasi modal sehingga bisa dimanfaatkan untuk beberapa kegiatan

---

<sup>2</sup> Zulfi Yulia, "Teori Penawaran Islami," *Teori Penawaran Islami* 1, no. 02 (2019): 227.

<sup>3</sup> Iwan Permana, "Teori Penawaran Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2 (2020): 9.

<sup>4</sup> Ibid., 10.

lainnya. Dengan demikian, keuntungan akan menjadi tambahan modal untuk mendapatkan masalah yang lebih tinggi guna mencapai keberhasilan. Dampak yang mempengaruhi adanya keuntungan yaitu sebagai berikut:

- Harga barang  
Apabila biaya menurun, maka penjual akan lebih mengurangi penurunannya karena jumlah laba yang dihasilkan juga akan mengalami penurunan.
- Harga produksi  
Apabila harga menurun, maka laba dari produsen akan mengalami peningkatan yang terus menerus akan mendorong tingginya produksi di pasar. Dalam produksi ini juga memperhatikan beberapa ketentuan antara lain:
  - a. Biaya input produksi yaitu tingginya biaya input produksi akan berdampak negatif dalam penawaran dan akan mendorong penjual guna mengurangi penawaran, dan sebaliknya.
  - b. Teknologi produksi yaitu tingginya teknologi juga akan menurunkan harga produksi hingga keuntungan dapat meningkat dan mendorong penjual guna menaikkan penawarannya.

Terdapat 4 hal yang tidak diperbolehkan dalam kegiatan perekonomian Islam, diantaranya yaitu gharar, maisir, mafsadah serta transaksi riba. Karena hal-hal diatas dapat menyebabkan kerusakan, sebab yang di utamakan hanya keuntungan semata. Contoh dari kegoatan mafsadah yaitu melakukan kerusakan atau yang dikenal dengan *negative externalities*.

Dalam pengertian fiqh Islam, rekayasa penawaran ini disebut sebagai *ihtikar*. Kemudian rekayasa permintaan disebut dengan *bai' najasy* dan *tadlis* atau penipuan. Hal tersebut bisa terjadi pada jumlah barang, mutu barang, harga dan waktu barang yang tidak sesuai. Lalu *taghrir* sama halnya dengan *tadlis* yaitu berhubungan dengan jumlah barang, kualitas barang, harga serta waktu barang yang tidak ada kejelasannya.<sup>5</sup>

a) Rekayasa penawaran dalam *ihtikar*

---

<sup>5</sup> Ma'ruf Abdullah, "Perbedaan Paradigma Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam Dalam Teori Dan Realita (Perspektif Mikro)," *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi* 3, no. 1 (2012): 34.

Pada ekonomi Islam rekayasa ini merupakan menerima laba di atas laba normal dengan menjual lebih sedikit barang guna harga yang diperoleh lebih besar. Monopoli, tidak dilarang dalam ekonomi Islam, sedangkan *monopoly's rent-seeking* lebih dilarang. Monopoly's rent-seeking merupakan pelaku ihtikar memproduksi barang lebih sedikit dari kapasitas produksinya guna memperoleh laba yang lebih besar. Contohnya seperti kesanggupan produksi yaitu  $Q_1$  pada pasar monopoli. Pada posisi ini terdapat peluang untuk memperoleh keuntungan yang besar.

b) Rekayasa penawaran dalam *Bai'Najasy*

Pada ekonomi Islam, jual beli dalam hal ini tidak diperbolehkan, sebab produsen memerintah orang lain untuk mempromosikan barangnya dengan harga yang cukup besar supaya pembeli tertarik. Seseorang penawar ini dapat menawarkan harga yang tinggi itu tidak berniat untuk membeli. Tetapi hanya dengan berpura-pura untuk membeli agar konsumen tergiur dan dengan membikin rumor tentang adanya kelangkaan barang

c) Rekayasa penawaran dalam *Tallaqi Rukban*

Pada rekayasa *tallaqi rukban* ini dilaksanakan oleh pedagang di kota yang mempunyai berita yang lebih lengkap dengan membeli barang dari petani, bahwasannya orang desa tidak memiliki informasi yang cukup, sebelum petani datang ke pasar atau di kota guna memperoleh harga yang lebih rendah dari harga pasar yang sebenarnya.

d) *Tadlis*

Apabila terjadi *tadlis* pada salah satu pihak yang tidak memiliki berita yang sama mengenai barang yang diperjualbelikannya. Jika tidak memperoleh informasi yang sama akan mendatangkan kerugian dan adanya kecurangan serta penipuan. Pada ekonomi islam ini *tadlis* tidak diperbolehkan. Sehingga agar terhindar dari penipuan, maka seorang pedagang harus mengetahui atau mengukur barang dengan ukuran yang sesuai serta dilihat oleh si pembeli.

e) *Taghrir* atau *Gharar*

*Taghrir* artinya akibat, resiko serta ketidakpastian. Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa *taghrir* terjadi jika seseorang tidak mengetahui informasi mengenai suatu aktivitas jual beli. Contoh dari *taghrir* adalah terdapat seorang penjual yang mempromosikan jualannya dengan harga Rp10.000 apabila dibayar *cash* atau

Rp50.000 jika dibayar dengan cara kredit selama 5 bulan, lalu seorang pembeli ini menyetujuinya. Maka disini terjadi ketidakpastian pada akad tersebut, karena satu akad terdapat dua harga yang tidak jelas . setelah berjalan selama 3 bulan pembeli ini melunasi barang itu. Jadi, pada akad ini terdapat ketidakpastian pada harga barang, sebab si penjual dan si pembeli tidak menyepakati satu harga dalam satu akad.<sup>6</sup>

### Konsep Biaya terhadap Penawaran Ekonomi Islam

#### 1. Marginal cost

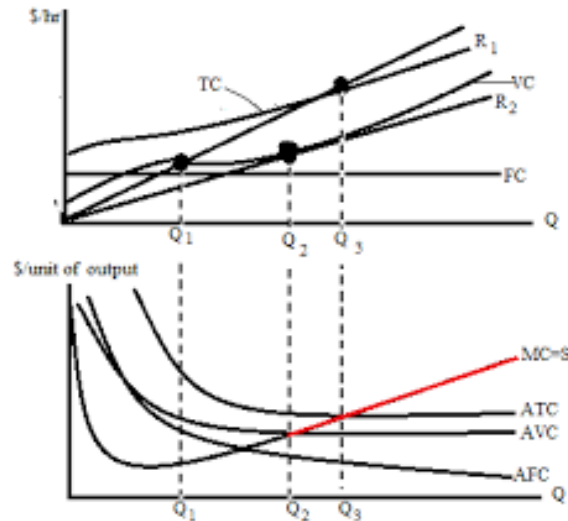
Perusahaan akan memaksimalkan keuntungannya dengan memperhatikan tingkat outputnya artinya harga harus sama dengan marginal cost, selama jumlah biaya lebih besar daripada nilai minimal harga variabel rata-rata atau yang disebut dengan AVC (*Average Variabel Cost*). Apabila kondisi kedua hal tersebut terpenuhi, maka hal itu yang disebut dengan kurva penawaran. Jika jumlah yang ditawarkan itu bernilai nihil, hal tersebut disebabkan oleh tingkat harga dibawah minimal. Ketika tingkat harga sama dengan AVC, maka jumlah yang ditawarkan bernilai  $Q_2$ . Penawaran diatas ditunjukkan pada kurva MC. Contohnya, apabila ATC sama dengan tingkat harga, maka jumlah yang ditawarkan menjadi  $Q_3$ . Jadi, kurva marginal cost yang berada di atas AVC disebut dengan kurva penawaran.<sup>7</sup>

AFC (*Average Fixed Cost*) terjadi pada selisih antara kurva ATC dan kurva AVC. Apabila perusahaan sedang mengalami kerugian, hal itu disebabkan oleh tingkatan harga berada di atas AVC, tetapi di bawah ATC yakni terdapat pada output  $Q_2$  dan  $Q_3$ . Perusahaan ini rugi karena harga lebih kecil dibandingkan ATC. Meskipun begitu perusahaan harus tetap menjual outputnya karena untuk membayar AVC. Tetapi AFC tetap terjadi kerugian. Sedangkan FC harus tetap dibayarkan walaupun perusahaan sedang tidak memproduksi. AFC akan tetap muncul, maka yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memproduksi output sejumlah  $Q_2$  sampai dengan  $Q_3$ . Dengan begitu perusahaan akan bisa stabil dan jika tingkat harga melebihi ATC, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

---

<sup>6</sup> Ibid., 36.

<sup>7</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Depok, 2017), 155.



Gambar 1: Kurva Penawaran dan Biaya Marginal

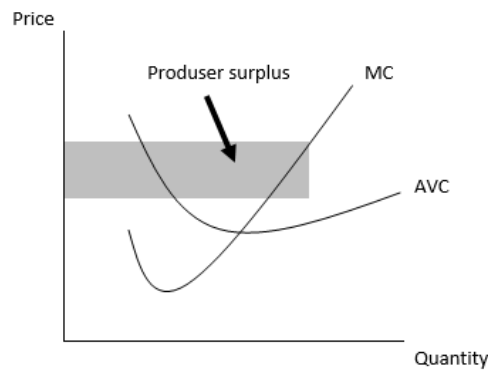
## 2. Procedur Surplus

Surplus produsen merupakan jumlah yang didapat produsen dan di kurangi harga yang mereka keluarkan. Dalam menyediakan suatu produk, produsen harus memahami biaya produksi, karena harga tersebut adalah biaya terendah yang bisa mereka ambil guna menentukan kesediaan produsen guna menjual produknya. Ada dua cara untuk menghitung surplus produsen:

- a. Cara pertama: Secara sistematis, jumlah revenue merupakan hasil kali antara  $P \times Q^*$ . apabila jumlah variable cost merupakan hasil kali antara AVC dan  $Q^*$ . Perbedaan antara keduanya ditunjukkan dengan gambar segi empat yang diarsir yakni hasil kali dari  $(P^* - AVC)$  dengan  $Q$ . Sehingga rumus dari producer surplus ini dapat dituliskan sebagai berikut:<sup>8</sup>

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

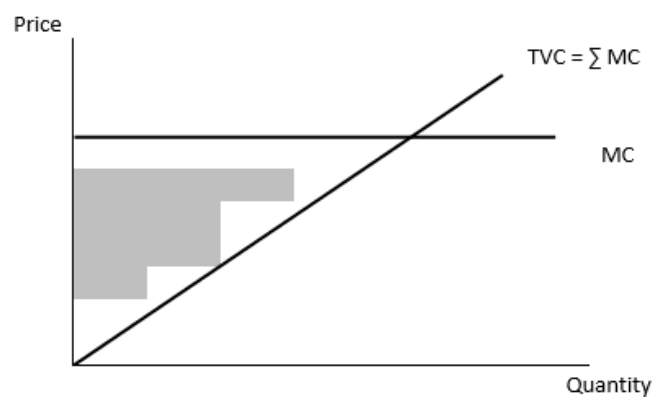
<sup>8</sup> Iwan Permana, "Teori Penawaran Dalam Ekonomi Islam," 16.



Gambar 2. Producer Surplus

- b. Cara kedua: Variable cost guna memproduksi 1 barang out put sama dengan marginal cost pada total output 1 unit. Variable cost pada jumlah output 1 unit ditambah marginal cost pada total 2 unit, dan sebagainya. Maka  $VC(Q) = MC(1) + MC(2) + \dots + MC(Q)$ <sup>9</sup>

| <i>Q</i> | <i>TVC</i> | <i>MC</i> | <i>SMC</i> |
|----------|------------|-----------|------------|
| 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 3. Producer Surplus

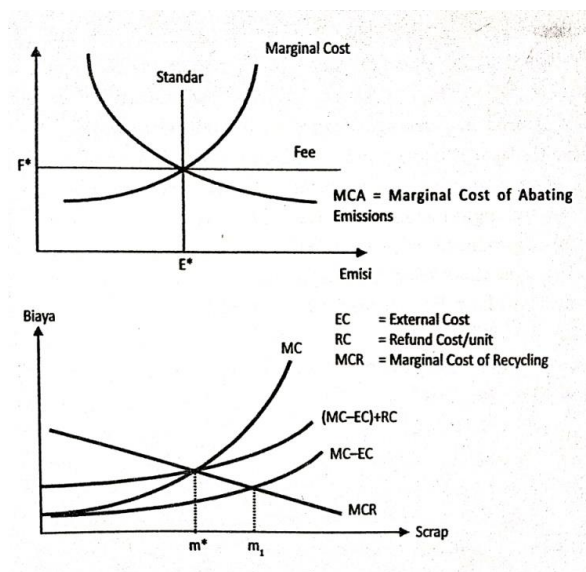
## Implementasi Ekonomi dalam Aspek Penawaran

<sup>9</sup> Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 157.



### 1) Marginal cost

Pada asal-usul perekonomian di Amerika Serikat, emissions standards adalah bentuk dalam mengawasi negative externalities. Apabila di Jerman itu emissions fees yang artinya pilihan. Secara teori, sebetulnya keduanya bisa menyampaikan hasil yang sama. Contohnya di suatu perusahaan multi national company memiliki dua pabrik yang berada di masing-masing daerahnya yaitu Amerika Serikat dan Jerman. Amerika Serikat memiliki 12 unit. Dengan denda yang cukup besar terhadap produsen atau bisa digolongkan sebagai tindakan criminal dalam emissions standard. Jadi untuk proses produksi agar tidak melebihi dari 12 unit, penjual harus mengeluarkan \$36 ribu, apabila di Jerman untuk denda setiap unit polusinya yaitu \$3 ribu, sehingga apabila 12 unit, maka harus membayar \$36 ribu. Dalam diagram marginal cost, MCA merupakan Marginal cost of obating emissions. Efficient level of emissions terjadi di  $E^*$ , hal ini dapat berhasil dengan instrument standard atau fees, sedangkan fees sebesar  $F^*$  setiap unitnya. Sehingga memotivasi penjual guna menekan serta memperhatikan tingkat polusinya pada tingkat fees yang sama dengan marginal benefitnya. Marginal benefit diukur dengan MCA. Perpotongan kurva MCA ini terjadi pada titik  $F^*$  garis horizontal yang menggambarkan tingkat efficient level of emissions yakni pada  $E^*$  guna menentukan standard polusi.<sup>10</sup>

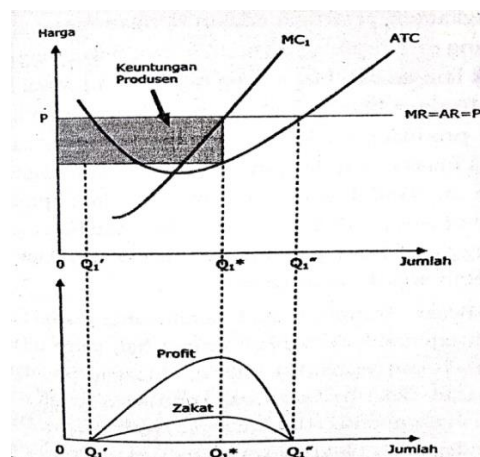


Gambar 4: Biaya Kompensasi, Batas Ukuran, atau Daur Ulang

<sup>10</sup> Ibid., 164–165.

## 2) Producer Surplus

Penggunaan zakat perniagaan dapat memberi dampak yang berbeda dengan pajak penjualan. Pada perspektif Islam, zakat perniagaan ini dilakukan apabila dua hal dapat terpenuhi yaitu nisab artinya batas minimum harta yang menjadi objek zakat sama dengan 96 gram emas dan haul artinya batas minimum waktu harta yang dipunyai sama dengan satu tahun. jika keduanya terpenuhi maka harus mengeluarkan zakat sebesar 2,5%. Untuk memaksimalkan profit sama dengan mengoptimalkan producer surplus, serta mengoptimalkan zakat yang dikeluarkan. Jadi, dengan penggunaan zakat perniagaan perilaku mengoptimalkan profit berjalan searah dengan perilaku mengoptimalkan zakat.



Gambar 5: Pengaruh Zakat Perniagaan terhadap Laba

Pada titik  $Q_1'$ , tingkat profit nihil sebab titik  $AR = ATC$  yang artinya  $TR = TC$ . Hal ini digambarkan oleh kurva profit 1 di diagram bawah yakni titik  $Q_1'$  serta sumbu X garis horizontal. Kurva  $ATC_1$  memotong garis harga dari bawah, total penawaran merupakan  $Q_1''$ . Pada hal ini tingkat profit juga nihil. Dengan begitu tingkat output  $Q_1''$  yang berada pada sumbu X garis horizontal. Pada kurva  $MC_1 = P^*$  profit mencapai titik maksimal. Hal ini terjadi pada produksi  $Q_1^*$ . Hal ini digambarkan pada kurva profit 1 pada diagram bawah. Titik  $Q_1^*$  tingkat zakat tercapai, hal ini digambarkan pada puncak kurva pprofit dan puncak kurva zakat yang terjadi pada titik  $Q_1^*$  diagram bawah.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Ibid., 160–162.

Menurut Gunnar Myrdal yang merupakan tokoh ekonom barat, menyatakan bahwa syarat-syarat yang menjadi dasar perkembangan ekonomi Barat masih sangat asing bagi rakyat di Asia. Oleh sebab itu terdapat sejumlah dugaan yang mempunyai keterkaitan dalam aspek penawaran yaitu: Pertama, *homo economicus*. Pada ekonomi konvensional setiap pelaku atau pemain ekonomi di lihat sebagai suatu khalayak ekonomi yang berupaya guna memuaskan keinginannya dengan cara apapun.<sup>12</sup> Sedangkan pada perspektif ekonomi islam, manusia diberikan pemahaman dengan aturan moral islam dalam nafsu guna melampiaskan keinginannya tidak harus terpenuhi. Oleh sebab itu, segala barang atau jasa yang diproduksi dan dipromosikan ke pasar merupakan keperluan yang nyata serta cocok dengan maksud syariah itu sendiri yaitu maqashid syariah.

Kedua, rasionalitas. Pada ilmu ekonomi konvensional manusia merupakan *economic man* yang didukung guna memenuhi ambisinya dengan cara apapun, maka asumsi rasionalitas yaitu ruhnya yang mengilhami segala upayanya dalam melampiaskan keinginannya itu. Sedangkan dalam perspektif islam, asumsi tersebut tetap menjadi patokan, tapi dengan beberapa syarat yaitu

- a) Dengan adanya norma moral islam akan menjadi penerang untuk setiap pelaku ekonomi guna bersikap logis, tapi dalam ketentuan islam.
- b) Gaya hidup sederhana yaitu tidak berlebihan dalam menghasilkan dan memakai.
- c) Senantiasa memperhatikan batas kehalalan dan keharamannya yaitu tanda-tanda yang akan menyodorkan peringatan pada umat islam.<sup>13</sup>

Ketiga, value neutral artinya netral terhadap nilai. Pada ekonomi konvensional asumsi ini dilihat sebagai disiplin yang positif yaitu tujuannya untuk menggambarkan kenyataan atau suatu fenomena secara objektif tanpa adanya ikut campur dari pengamat. Sedangkan pada ekonomi islam asumsi ini dinilai kurang insentif. Dengan injeksi moral islam justru mengekspos dan

---

<sup>12</sup> Abdul Hafid, "Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 2 (2015): 209.

<sup>13</sup> Ibid., 210.

memperluas horizon serta berguna untuk memotivasi pelaku ekonomi guna berupaya dengan baik dan efisien.

## KESIMPULAN

Penawaran merupakan segala barang dan jasa yang ada, sehingga bisa ditawarkan oleh penjual kepada pembeli pada suatu tingkatan harga di waktu tertentu. Selain itu, penawaran adalah perbandingan lurus antara harga dan penawaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran terhadap ekonomi islam yaitu antara lain masalah dan keuntungan. Kemudian yang mempengaruhi adanya keuntungan sebagai berikut: harga barang dan harga produksi. Terdapat 4 hal yang tidak diperbolehkan dalam kegiatan perekonomian Islam, diantaranya yaitu gharar, maisir, mafsadah serta transaksi riba. Karena hal-hal diatas dapat menyebabkan kerusakan, sebab yang di utamakan hanya keuntungan semata. Dalam pengertian fiqh Islam, rekayasa penawaran ini disebut sebagai *ihtikar*. Kemudian rekayasa permintaan disebut dengan *bai' najasy* dan *tadlis* atau penipuan. Hal tersebut bisa terjadi pada jumlah barang, mutu barang, harga dan waktu barang yang tidak sesuai. Lalu *taghrir* sama halnya dengan *tadlis* yaitu berhubungan dengan jumlah barang, kualitas barang, harga dan waktu barang yang tidak ada kejelasannya. Konsep biaya dalam penawaran ekonomi islam ini dibagi menjadi 2 yaitu *marginal cost* dan *producer surplus*. Penerapan *marginal cost* contohnya yang terjadi di suatu perusahaan multi national company memiliki dua pabrik yang berada di masing-masing daerahnya yaitu Amerika Serikat dan Jerman. Sedangkan prosedur surplus dapat dilihat pada zakat perniagaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Ma'ruf. "Perbedaan Paradigma Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam Dalam Teori Dan Realita (Perspektif Mikro)." *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi* 3, no. 1 (2012): 27–43.
- Hafid, Abdul. "Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 2 (2015): 203–216.

Iwan Permana. “Teori Penawaran Dalam Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2 (2020): 6–20.

Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islami*. Depok, 2017.

Yuha, Dika Adina. *Analisis Pelaksanaan Collateral Auction Pada Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Syariah ( Studi Kasus Pada BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton )*, 2021.

Yulia, Zulfi. “Teori Penawaran Islami.” *Teori Penawaran Islami* 1, no. 02 (2019): 276–286.