

Analisis permintaan dan Penawaran Sari Apel UD. Kholifah Kopwan Yasmin Desa Andonosari Pasuruan dalam Mikro Ekonomi Islam

Sukamto & Maslihatul Masfufah

sukamto@yudharta.ac.id dan Masfufah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan dan penawaran sari apel di UD. Kholifah Kopwan Yasmin desa Andonosari Tukur Pasuruan dalam teori mikro ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan proses terjadinya permintaan dan penawaran sari apel sampai pada pembentukan harga ketika permintaan meningkat dan penawaran menurun atau sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran pada sari apel UD. Kholifah Kopwan Yasmin merupakan permintaan elastis, dikarenakan konsumen sangat peka dengan perubahan harga, hal itu menyebabkan konsumen lebih memilih barang pengganti yang memiliki fungsi yang sama ketika harga sari apel lebih murah. Untuk penawaran pada sari apel merupakan penawaran inelastis sempurna, dikarenakan meskipun adanya perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan, berapapun tingkat harga namun jumlah yang ditawarkan tetap sama. Fungsi permintaan terdapat hubungan saling berkaitan antara harga dengan jumlah sari minuman apel dengan permintaan konsumen berdasarkan harga dan waktu yang tidak ditentukan. Implikasi permintaan dan penawaran adalah banyak dan sedikitnya jumlah minuman sari apel yang diminta di pasar tergantung pada tinggi dan rendahnya harga minuman sari apel dalam waktu tertentu yaitu pada musim perayaan hari besar Islam. Tampak pada penawaran sari apel berlaku hukum penawaran yaitu hanya berlaku pada keadaan ceteris paribus. Ceteris paribus adalah keadaan di mana faktor yang mempengaruhi jumlah penawaran sari apel hanyalah faktor harga sedangkan faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan sari buah yang lain dianggap given (tetap atau tidak berubah).

Kata Kunci: *Permintaan, Penawaran, Mikro Ekonomi Islam*

ABSTRACT

This study aims to analyze the demand and supply of apple cider at UD. Kholifah Kopwan Yasmin Andonosari Tukur Pasuruan in Islamic microeconomic theory. This study uses a qualitative descriptive method that describes the process of supply and demand for apple cider to price formation when demand increases and supply complies or vice versa. The results showed that the supply and demand for apple cider UD. Kholifah Kopwan Yasmin is an elastic demand, because consumers are very sensitive to price changes, this causes consumers to prefer substitutes that have the same function when the price of apple cider is cheaper. The supply of apple cider is perfectly inelastic, because even though a change in price does not affect the quantity supplied, regardless of the price level, the quantity supplied remains the same. The demand function has an interrelated relationship between the price and the amount of apple cider with consumer demand based on unspecified price and time. The implication of this is that the quantity of apple cider demanded in the

market depends on the high and low prices of apple cider at a certain time, namely during the Islamic holiday season. It can be seen that the supply of apple cider applies the law of supply, which only applies to the condition of ceteris paribus. Ceteris paribus is a condition in which the only factor affecting the quantity of apple cider supplied is price, while the factors affecting the quantity demanded of other ciders are considered given (fixed or unchanged).

Keywords: Demand, Supply, Islamic Microeconomics

I. Pendahuluan

Minuman sari buah apel menurut SNI 01-3719-1995 yaitu minuman ringan yang dibuat dari campuran sari buah apel dengan air minum dengan atau tanpa penambahan gula dan bahan tambahan makanan yang diizinkan. Sari buah merupakan ekstraksi buah yang sudah disaring, sari buah merupakan cairan yang diperoleh oleh bagian buah yang dapat dimakan yang dicuci, dihancurkan, dijernihkan, dengan atau tanpa pasteurisasi dan dikemas untuk dapat dikonsumsi secara langsung. Sari buah apel yang berkualitas harus didukung dengan pemilihan buah yang tepat yaitu buah apel yang masak optimal karena pada fase ini buah apel memiliki kandungan gula yang tinggi. Minuman sari buah apel ini merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dari Desa Andonosari Kecamatan Tukur. Pada awalnya usaha ini bermula dari hanya berupa agrowisata petik apel, selanjutnya dalam perkembangannya mengalami perubahan dan pengembangan menjadi minuman sari buah apel yang siap konsumsi.

Seiring berkembangnya teknologi pangan dan pengetahuan, memungkinkan terjadinya peningkatan produksi sari buah apel. Kenaikan produksi tersebut tanpa diiringi dengan perbaikan pemasaran tidak akan menguntungkan bagi petani yang berposisi sebagai produsen utama sari buah apel. Kegiatan pemasaran tersebut berkaitan erat dengan penawaran sari buah apel individu dan selanjutnya pada jumlah pembeli komoditas dipasar. Sehubungan dengan itu, tidak menutup kemungkinan bahwa sari buah apel yang terdapat pada Desa Andonosari Kecamatan Tukur tersebut masih belum mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi. Hal lebih disebabkan produk-produknya masih belum memiliki teknik pemasaran modern, sehingga untuk menarik daya beli konsumen masih sangat rendah.¹

Fungsi permintaan pasar akan sebuah komoditas menunjukkan hubungan antara jumlah komoditas yang diminta dengan semua faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut. Penawaran dalam pengertian sehari-hari

¹ Penerapan sistem pemasaran modern menjadi tuntutan pasar agar suatu produk cepat mendapat respon dari konsumen, misalnya dengan menerapkan teknik Marketing MIX (Bauran Marketing). Akses pemasaran teknologi modern via youtube, instagram, facebook juga menjadi sangat penting guna memperluas jaringan pemasaran.

diartikan sebagai jumlah komoditas yang ditawarkan kepada konsumen. Penawaran diartikan sebagai jumlah komoditas yang ditawarkan atau yang bersedia untuk dijual oleh produsen pada tingkat harga, jumlah produksi, tempat dan waktu tertentu.

Konsep permintaan dalam Islam menilai suatu komoditi yang diharuskan halal, sedangkan dalam konsep permintaan konvensional semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi maupun digunakan. Sedangkan motif permintaan Islam sendiri menekankan pada tingkat kebutuhan konsumen terhadap suatu barang atau jasa, namun motif permintaan konvensional lebih didominasi oleh nilai-nilai kepuasan (*interest*). Tujuan dari permintaan Islam untuk mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan di akhirat kelak, sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan yang abadi setelah kematian, yakni kehidupan akhirat. Sehingga uang yang ada harus disisihkan sebagian untuk bekal diakhirat. Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli, pada suatu barang atau jasa. Dikarenakan, permintaan merupakan jumlah dari suatu barang atau jasa yang mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama atau *ceteris paribus*.

Dalam hukum penawaran yang menyatakan semakin tinggi harga, maka jumlah jasa atau barang yang ditawarkan semakin tinggi. Sebaliknya, jika harga barang semakin rendah, maka semakin sedikit pula jumlah yang ditawarkan. Dalam pengertian ekonomi, penawaran diartikan dengan jumlah komoditas yang ditawarkan atau yang tersedia untuk dijual oleh produsen dengan tingkat harga, jumlah produksi, tempat serta waktu tertentu.

Mikro Ekonomi Islam bisa diartikan sebagai ilmu ekonomi Islam berskala kecil, berdasarkan ruang lingkup dan pola analisisnya. Teori ekonomi mikro Islam dapat juga diartikan dengan salah satu bidang studi dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai bagian-bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Dalam pembahasan ekonomi mikro Islam, faktor moral dan norma yang terangkum dalam tatanan syari'ah akan ikut menjadi variabel yang penting dan dijadikan sebagai alat analisis. Mikro ekonomi Islam menjelaskan bagaimana sebuah keputusan diambil oleh setiap unit ekonomi dengan memasukkan batasan-batasan syari'ah sebagai variabel yang utama.

II. Tinjauan Pustaka

a. Permintaan dan Penawaran Dalam Islam

1). Permintaan Dalam Ekonomi Islam

Hukum permintaan hanya berlaku absolute apabila pada periode tertentu yang berpengaruh langsung terhadap permintaan hanyalah harga komoditi yang diperjual belikan. Selama hanya harga yang berpengaruh pada permintaan, maka naik turunnya permintaan hanya terjadi pada periode pasar tersebut. Hal tersebut akan berlangsung selama

ceteris paribus, proses itu dinamakan kontraksi harga terhadap jumlah barang atau jasa yang di minta, dampak dari kontraksi ini yaitu terjadinya kerugian akibat transaksi yang naik turun sepanjang kurva permintaan yang kerap kali di sebut sebagai *Contraction Dead Weight Loss*.²

Permintaan dalam ekonomi sering disebut dengan istilah demand yan berarti suatu keinginan konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Dalam ekonomi Islam permintaan juga memiliki definisi tersendiri. Menurut Ibnu Taimiyyah, pengertian permintaan adalah hasrat terhadap sesuatu atau jumlah barang yang diminta (*raghbah fil al-syai*).³ Secara garis besar permintaan dalam pengertian ekonomi Islam sama dengan pengertian yang ada pada ekonomi konvensional. Hanya saja ada prinsip-prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh individu khususnya individu muslim dalam keinginannya pada kegiatan ekonomi.⁴

Konsep permintaan dalam Islam menilai suatu komoditi (barang atau jasa) tidak semuanya bisa dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara yang halal dengan yang haram .Oleh karena itu, dalam teori permintaan Islam membahas permintaan barang halal, sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi dan digunakan. Dengan adanya aturan-aturan syari'ah yang mengikat setiap muslim seperti halal haram suatu komoditas, maka pembahasan teori permintaan Islami lebih ditekankan kepada permintaan komoditas halal, komoditas haram, dan hubungan antara keduanya.⁵ Seperti yang tarcantum pada Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ - ٨٨

Artinya:

*dan makanlah apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*⁶

Konsep permintaan dalam Islam menilai suatu komoditi yang diharuskan halal, sedangkan dalam konsep permintaan konvensional semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi maupun digunakan. Sedangkan motif permintaan Islam sendiri menekankan pada tingkat kebutuhan konsumen terhadap suatu barang atau jasa, namun motif

² Iskandar Putong, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007). 52

³ Adiwarmah Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). 31

⁴ Muawanah, 'Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 2.2 (2017), 111–27.

⁵ Rini Elvira, 'Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam)', *Jurnal Islamika*, 15 (2015), 47–60.

⁶ Al-Quran, Al-Maidah:88.

permintaan konvensional lebih didominasi oleh nilai-nilai kepuasan (interest). Tujuan dari permintaan Islam untuk mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan di akhirat kelak, sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan yang abadi setelah kematian, yakni kehidupan akhirat. Sehingga uang yang ada harus disisihkan sebagian untuk bekal diakhirat. Ahli ekonomi menganalisa, bahwa permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh barang itu sendiri. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang akan dianalisa berkaitan dengan permintaan suatu barang dengan harga barang itu sendiri. Menurut Henderson and Quandt, fungsi permintaan dapat diturunkan dari fungsi utilitas konsumen yang dimaksimumkan dengan kendala tingkat pendapatan. Fungsi produksi tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Q_d = a - Bp$$

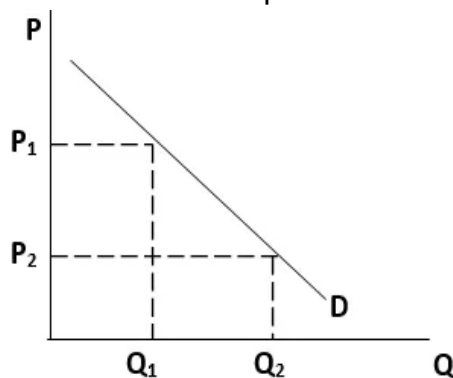
$$P - P_1 = Q - Q_1$$

$$P_2 - P_1 = Q_2 - Q_1$$

Q_d = banyaknya permintaan P = harga barang per-unit, a dan b = konstanta, dimana b bernilai negatif

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli, pada suatu barang atau jasa. Dikarenakan, permintaan merupakan jumlah dari suatu barang atau jasa yang mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama atau *ceteris paribus*.⁷ Berikut merupakan kurva permintaan:

Gambar 1 kurva permintaan



(Sumber: Teori Mikro Ekonomi)

Kurva permintaan atau *demand curve* mengemukakan, bahwa banyaknya jumlah suatu barang atau produk yang akan dibeli itu dikarenakan adanya perubahan mengenai harga satuannya. Maka, dalam hal ini jumlah permintaan sangat dipengaruhi oleh jumlah suatu barang dengan harga yang telah ditetapkan. Maka menunjukkan bahwa, ketika dalam kuantitas suatu barang adanya permintaan yang banyak maka dipastikan suatu harga mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya

⁷ Gilarso, *Ilmu Ekonomi Mikro* (Semarang: PT. Angkasa Bhakti, 2007). 35

apabila kuantitas barang dalam permintaan sedikit, dapat disimpulkan harga mengalami penurunan.⁸

2). Penawaran Dalam Ekonomi Islam

Penawaran dalam pengertian umum, diartikan sebagai jumlah komoditas yang ditawarkan terhadap konsumen. Dalam pengertian ekonomi, penawaran diartikan dengan jumlah komoditas yang ditawarkan atau yang tersedia untuk dijual oleh produsen dengan tingkat harga, jumlah produksi, tempat seras waktu tertentu. Terkait pembahasan teori penawaran, para ahli selalu melihat dari sudut produsen, dikarenakan pada hakekatnya produsen memproduksi komoditasnya dengan bertujuan memaksimalkan keuntungan.

Hukum penawaran menunjukkan hubungan harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Hukum penawaran berbunyi "jika harga barang turun, maka jumlah barang yang ditawarkan turun, dan sebaliknya, jika harga barang naik, maka jumlah barang yang ditawarkan naik." Sehingga hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan adalah hubungan positif.⁹ Permintaan terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan penawaran barang dan jasa maka tidak dapat mewujudkan transaksi di pasar, permintaan akan dipenuhi jika penjual menyediakan barang maupun jasa yang diperlukan tersebut, artinya penjual tersebut menawarkan barang dan jasa yang di perlukan oleh pihak yang membutuhkannya. Seperti halnya dalam permintaan, penawaran juga mengasumsikan suatu periode waktu tertentu, dan faktor-faktor penentu penawaran selain harga barang tersebut dianggap tidak berubah atau konstan (*ceteris paribus*) Fungsi penawaran ini dapat di tuliskan sebagai mana berikut:

$$Q_{sx} = f (P_x)$$

Q_{sx} = jumlah barang x yang di tawarkan

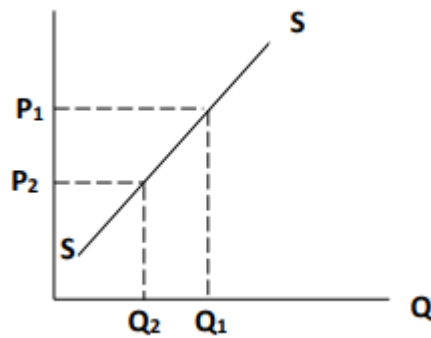
P_x = harga barang x

Fungsi tersebut dapat di uraikan bahwa besar kecilnya jumlah barang x yang di tawarkan akan bergantung dengan harga x itu sendiri (dengan asumsi *ceteris paribus*). Berikut merupakan kurva dari penawaran:

Gambar 2 kurva penawaran bentuk linier

⁸ P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013). 35

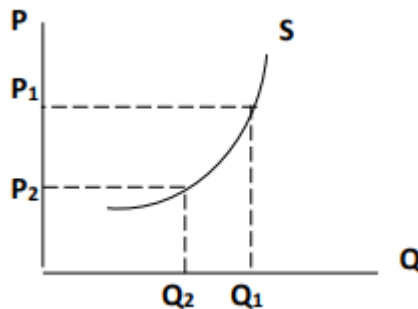
⁹ Abdul Hafid, 'Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.2 (2015), 203–16.



(Sumber: Teori Mikro Ekonomi)

Kurva diatas menjelaskan bahwa pada saat harga P_1 , jumlah barang yang ditawarkan sebanyak Q_1 . Saat harga turun menjadi P_2 , maka jumlah barang yang ditawarkan turun menjadi Q_2 . Gambar kurva penawaran di atas berupa garis linear/lurus.

Gambar 3 kurva penawaran bentuk non-linier



(Sumber:Teori Mikro Ekonomi)

Kurva penawaran non linear di atas berupa garis lengkung yang naik dari kiri bawah ke kanan atas. Pada saat harga P_1 , maka jumlah barang yang ditawarkan Q_1 dan pada saat harga turun menjadi P_2 , maka jumlah yang ditawarkan menjadi Q_2 .

Teori penawaran Islam tidak lepas dari kaidah dan ketentuan yang digariskan oleh Allah SWT kepada manusia dalam melakukan kegiatan produksi. Dalam melakukan pengolahan alam, manusia harus senantiasa menjaga kesinambungan kehidupan sekitarnya, dan jangan sampai melakukan kerusakan. Kegiatan produksi juga dianjurkan terhadap barang-barang yang bermanfaat, diolah secara halal dan dibenarkan oleh syariat tidak dibenarkan melakukan kegiatan produksi jika dikonsumsi menimbulkan kerusakan pada orang lain, seperti yang tercantum dalam Surat Ibrahim ayat 32:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمْ
الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْآنْهَر - ٣٢

Artinya:

Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air

*(hujan) dari langit, kemudian dengan (air hujan) itu dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu. Dan dia telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar dilautan dengan kehendak-Nya dan dia telah menundukkan sungai-sungai bagimu.*¹⁰

3). Mikro Ekonomi Islam

Ekonomi mikro bisa diartikan sebagai ilmu ekonomi kecil, berdasarkan ruang lingkup dan pola analisisnya, teori ekonomi mikro dapat juga diartikan dengan satu bidang studi dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai bagianbagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Dalam pembahasan ekonomi mikro Islam, faktor moral dan norma yang terangkum dalam tatanan syari'ah akan ikut menjadi variabel yang penting dan dijadikan sebagai alat analisis, mikro ekonomi Islam menjelaskan bagaimana sebuah keputusan diambil oleh setiap unit ekonomi dengan memasukkan batasan-batasan syari'ah sebagai variabel yang utama. Dalam makro ekonomi Islam menganggap bahwa, basic ekonomi hanya memenuhi segi *necessary condition*, sedangkan moral dan tatanan syari'ah akan memenuhi unsur *sufficient condition* dalam ruang lingkup pembahasan ekonomi mikro¹¹. Ekonomi mikro membahas tentang unit-unit individu, seperti perusahaan dan rumah tangga, seperti misalnya bagaimana suatu rumah tangga mengalokasikan pendapatannya untuk membelikan barang dan jasa yang beraneka ragam. Dalam teori ekonomi mikro ini akan membahas tentang penentuan tingkat produksi suatu perusahaan agar dapat mencapai keuntungan yang maksimum dikarenakan laba merupakan salah satu tujuan penting bagi perusahaan.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa, ilmu ekonomi mikro mempelajari atau menitik beratkan pada perilaku dan aktifitas masing-masing unit ekonomi individu rumah tangga, dan perusahaan, sedangkan menurut definisi yang lain yaitu satu bidang dalam ekonomi yang menganalisis mengenai bagian-bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Ekonomi mikro secara langsung berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam hal penawaran dan permintaan barang atau jasa. Sehingga dari definisi ekonomi mikro tersebut memiliki tujuan utama bagi perusahaan yakni untuk menganalisis pasar dan bagaimana mekanismenya untuk membentuk harga relatif produk dan jasa.

Ruang lingkup ekonomi mikro Islam mencakup permintaan dan penawaran, perilaku produsen, perilaku konsumen dan perilaku pasar, produsen dan konsumen. Unit-unit ekonomi skala mikro harus berusaha mengalokasikan sumberdaya ekonomi yang terbatas agar mampu mengoptimalkan tingkat kepuasan kebutuhannya. Dalam Islam, manusia hendaknya memiliki penghasilan yang halal, sehingga ketika mereka membeli barang atau jasa,

¹⁰ Al-Quran, Ibrahim; 32.

¹¹ M Ridwan and others, 'EKONOMI MIKRO ISLAM II Oleh', 2017, 236.

mereka mempergunakan uang tersebut dengan uang halal, yang tentunya akan menjadi barang yang mereka beli semakin terasa bermanfaat dan menciptakan keberkahan, hal ini sesuai dengan yang terkandung dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 juz 2:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ - ١٦٨

Artinya:

*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sunggu, setan itu musuh yang nyata bagimu.*¹²

III. Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk menjawab permasalahan secara objektif sesuai dengan apa yang telah ditemukan di lapangan. Penelitian ini membutuhkan pemahaman yang mendalam agar diperoleh gambaran berkaitan dengan subjek penelitian dan terhindar dari manipulasi data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif.¹³ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil informasi yang telah diperoleh di lapangan.¹⁴ Penelitian ini dilakukan di Desa Andonosari Kecamatan Nongkojajar Kabupaten Pasuruan. Penelitian dilakukan pada UMKM UD. Kholifah Kopwan Yasmin berkaitan dengan permintaan dan penawaran minuman sari apel. Minuman sari apel merupakan minuman khas Kabupaten Pasuruan yang terbuat dari sari buah apel. Area pemasarnya mencakup wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah dan Kalimantan. Permintaan minuman sari buah apel ini mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga mendorong produsen meningkatkan penawarannya.

IV. Temuan Dan Diskusi

Permintaan dan Penawaran Sari Apel pada UD. Kholifah Kopwan Yasmin

1). Permintaan Sari Apel

Sari apel adalah produk minuman unggulan di wilayah Pasuruan. Minuman ini dibuat dari buah apel yang telah mengalami proses fermentasi. Kecamatan Nongkojajar termasuk wilayah penghasil buah terbesar di Kabupaten Pasuruan. Hasil budidaya apel Desa Andonosari Nongkojajar

¹² Al-Quran, Al-Baqarah; 168.

¹³ Sri Wahyuni Hasibuan Nurhadi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, ed. Andi Triyawan (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021).7

¹⁴ Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kualitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019).14

disamping digunakan untuk memenuhi permintaan pedagang buah Pasuruan juga diproduksi untuk minuman. Justru permintaan pasar terhadap minuman sari apel lebih banyak dibandingkan permintaan buah apel. Hal ini lebih disebabkan sari apel lebih banyak diminati oleh konsumen sebagai minuman penyegar dan menyehatkan. UD. Kholifah Kopwan Yasmin di Desa Andonosari telah melakukan kegiatan penjualan untuk memenuhi permintaan konsumen. Jangkuan konsumen sari apel meliputi kabupaten Pasuruan, Malang, Sidoarjo, Surabaya dan luar jawa.

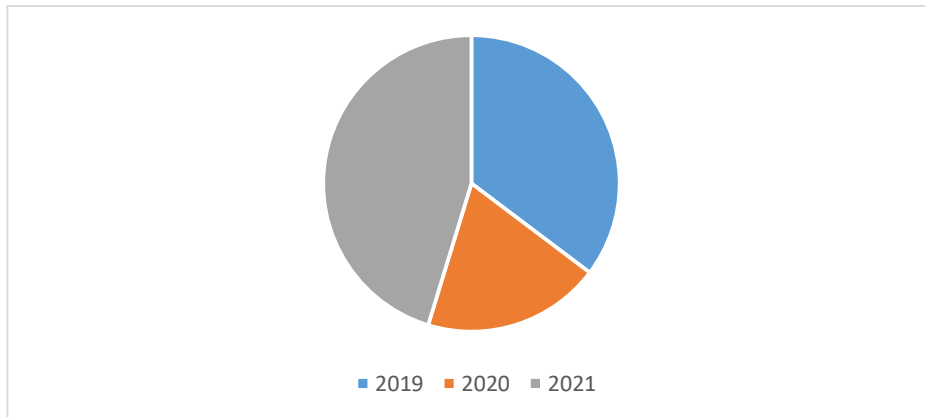
Kegiatan permintaan dan penawaran sari apel ini memiliki peranan penting dalam sirkulasi ekonomi yang saling menguntungkan antara pihak-pihak terkait meliputi petani buah, produsen minuman sari apel, dan konsumen. Hal ini dapat dihubungkan dengan konsep pemikiran ekonomi Islam milik Ibnu Taymiah. Ibnu Taymiah menyadari sepenuhnya jika permintaan dan penawaran memiliki peranan terhadap penentuan harga. Menciptakan harga yang wajar dan adil sangat diperlukan dalam menjaga keseimbangan pasar. Pasar adil tentu tidak akan menyulitkan atau membebani pada salah satu pihak pembeli maupun penjual. Strategi kebijakan harga UD. Kholifah Kopwan Yasmin dalam menetapkan harga minuman sari apel berdasarkan *chas flow* produksi mendorong permintaannya mengalami peningkatan. Berikut tabel perkembangan permintaan dan penawaran sari apel dari tahun 2019 sampai 2021 UD. Kholifah Kopwan Yasmin:

Tabel .1.1. Perkembangan Permintaan dan Penawaran

No	Tahun	Transaksi		Jumlah
		Permintaan	Penawaran	
1	2019	4.500 kardus	2.093 kardus	6.593 kardus
2	2020	1.022 kardus	2.600 kardus	3.622 kardus
3	2021	6.125 kardus	2.300 kardus	8.425 kardus

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dalam kurun waktu tiga tahun permintaan dan penawaran sari apel pada UD. Kholifah Kopwan Yasmin mengalami perubahan pada setiap tahunnya. Hal itu juga dapat dilihat dalam bentuk diagram berikut:

Diagram 1 permintaan dan penawaran sari apel

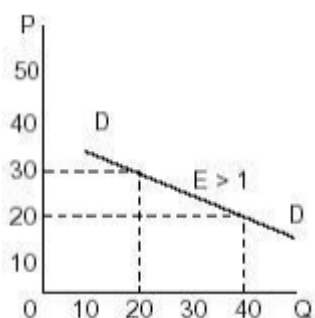


(Sumber: Data diolah peneliti 07 Juni 2021)

Diagram di atas menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran sari apel pada tahun 2019 mengalami kenaikan pesat. Hal ini lebih disebabkan konsumen menyambut positif pada produk baru minuman kemasan. Selang satu tahun, penjualan sari apel mengalami penurunan pada tahun 2020. Hal ini disebabkan awal munculnya covid-19 sehingga berdampak pada naiknya harga bahan baku. Permintaan dan penawaran minuman sari apel pada tahun tersebut juga mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tahun berikutnya, yakni pada tahun 2021 permintaan dan penawaran sari apel mengalami kenaikan.

Permintaan sari apel pada UD. Kopwan Yasmin telah mencapai jangkauan yang luas bukan saja Pasuruan dan sekitarnya bahkan sampai ke luar Jawa. UD. Kholifah lambat tahun memiliki banyak distributor yang perlahan menyebar ke di kota-kota lain, sehingga tiap tahunnya sari apel semakin dikenal oleh banyak orang. Hal ini tentu akan menunjang peningkatan permintaan dan penawaran sari apel pada tiap tahunnya. Permintaan pada sari apel ini merupakan permintaan elastis, dikarenakan konsumen sangat peka dengan perubahan harga, sehingga menyebabkan konsumen lebih memilih barang yang memiliki fungsi yang sama ketika harga sari apel mengalami kenaikan harga, berikut merupakan kurva dari permintaan elastis:

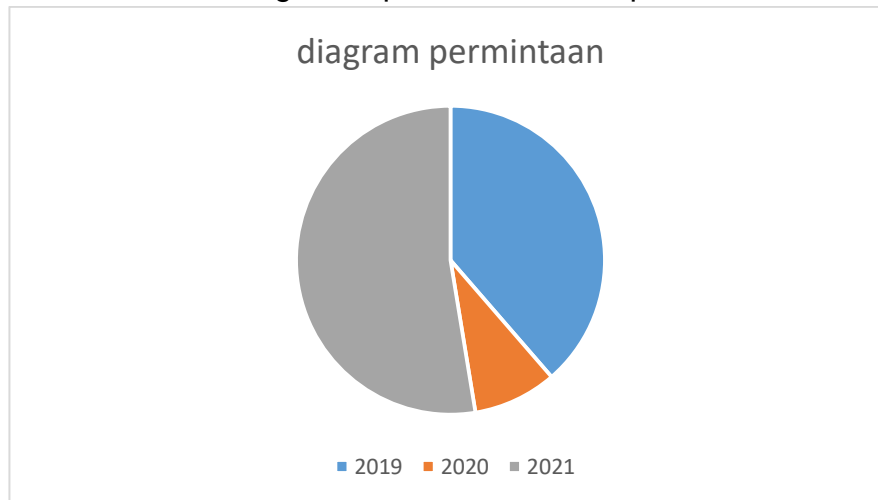
Gambar 1 kurva permintaan elastis



(Sumber: Kajian pustaka.com)

Berikut data yang didapat oleh peneliti dari permintaan sari apel dari tahun 2019 sampai tahun 2021:

Diagram 2 permintaan sari apel



(Sumber: Data diolah peneliti 07 Juni 2021)

Pada diagram diatas menunjukkan bahwa permintaan sari apel paling banyak pada tahun 2021 mencapai lebih dari 5000 box sari apel, dan permintaan paling rendah terjadi pada tahun 2020, yang hanya mencapai 1000 box. Akomolasi permintaan sari apel dari ketiga tahun tersebut mencapai lebih dari 11.000 box.

Dalam tinjauan permintaan Islam menunjukkan bahwa permintaan minuman sari buah apel telah memenuhi kreteria permintaan dalam Islam bahwa komoditas barang yang diminta adalah barang halal. Kehalalan mengacu pada bahan, proses produksi, dan distribusi. Dalam hal proses, Islam mengharapkan setiap bentuk transaksi karena tiga hal. Pertama, perbuatan atau transaksi yang mengandung unsur atau potensi ketidakadilan (menzalimi atau dizalimi), seperti perjudian, pencurian, dan perampasan, Kedua, Transaksi yang melanggar prinsip saling ridha, seperti *tadlis*(menyembunyikan informasi kepada pihak pembeli), Ketiga, perbuatan yang merusak harkat manusia atau alam semesta, seperti menggunakan bahan berbahaya dalam proses produksi.

Produsen sari apel berusaha mengembangkan bisnis dari hanya menjual buah apel yang rentan terhadap pembusukan buah, mengalihkan pada olahan minuman dari sari buah apel. Sari minuman buah apel ternyata memiliki ketahanan lebih lama dibandingkan hanya menjual buah apel. Hal ini terbukti, bahwa ternyata konsumen lebih banyak memilih produk minuman sari apel. Peningkatan permintaan apel meningkat setiap menjelang peringatan hari besar Islam utamanya hari raya Idul fitri. Peningkatan permintaan ini jelas membawa peningkatan pada pendapatan produsen apel. Peningkatan

permintaan apel untuk sari minuman juga meningkatkan sisi pendapat petani buah.

Berdasarkan fungsi permintaan terdapat hubungan saling berkaitan antara harga dengan jumlah sari minuman apel dengan permintaan konsumen berdasarkan harga dan waktu yang tidak ditentukan. Bahwa banyak dan sedikitnya jumlah minuman sari apel yang diminta di pasar tergantung pada tinggi dan rendahnya harga minuman sari apel dalam waktu tertentu yaitu pada musim perayaan hari besar Islam.

Tampak pada table 1.1 permintaan minuman sari apel menunjukkan tingkat hubungan antara harga dengan kuantitas produk sari apel yang diminta konsumen pada harga yang berlaku pada tahun berjalan yaitu tahun 2021 sebesar 6.125 kardus. Pada sisi ini tampak adanya fungsi permintaan atau *demand schedule* yang mengilustrasikan sebuah kurva demand atau kurva permintaan.¹⁵ Fungsi permintaan minuman sari apel dalam prinsip mikro ekonomi Islam adalah total barang x barang yang diminta adalah $QX = f(PX, PY, T, I, E)$. QX menjelaskan bahwa f adalah pendapatan dan ketersediaan produk minuman sari apel. PX adalah harga persediaan sari apel dengan simbol x sementara PY adalah harga sari apel yang diminta konsumen Y. T adalah indeks selera dan preferensi konsumen minuman sari apel. I adalah kemampuan individu untuk membeli sari apel sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. E adalah harapan dari semua konsumen mengenai produk sari apel di masa depan.¹⁶

Berdasarkan efek substitusi minuman sari apel, jika harga sari apel naik, maka konsumen akan menambah konsumsi sari apel dengan menurunkan konsumsi terhadap minuman lainnya. Seorang konsumen sari apel akan berpindah mengkonsumsi dari suatu jenis minuman menuju minuman lainnya, jika *mashlahah* total yang diharapkan akan meningkat. Meningkatnya *mashlahah* total ini hanya akan terjadi jika kandungan *mashlahah* pada minuman sari apel meningkat, baik *mashlahah* yang berbentuk kandungan vitamin maupun kandungan berkahnya.

Kenaikan harga sari apel, misalnya, bisa dipandang sebagai penurunan *mashlahah* total karena dengan anggaran yang sama konsumen akan mendapatkan manfaat yang lebih rendah atas sari apel yang dibelinya. Namun demikian, konsumen sari apel, tidak secara otomatis akan menurunkan jumlah permintaannya ketika

¹⁵ Syamri Syamsuddin, *Mikroekonomi untuk Manajemen*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2018), 40.

¹⁶ Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 34.

barang meningkat karena masih mempertimbangkan *mashlahah* lainnya yang akan ia peroleh. Secara umum, adanya kenaikan harga sari apel akan memiliki beberapa efek substitusi, yaitu:

- a. Kenaikan harga sari apel tanpa adanya perubahan kandungan *mashlahah*.

Adanya kenaikan harga sari apel akan mendorong konsumen untuk berpindah dari ke jenis minuman sari buah lainnya. Hal ini akan konsumen lakukan jika kebutuhan mereka tidak berubah, Artinya, konsumen akan melakukan proses substitusi antara sari apel menuju minuman sari buah lainnya untuk mendapatkan *mashlahah* yang tinggi. Dalam hal ini efek substitusi berdampak negative terhadap jumlah permintaan.

- b. Kenaikan harga sari apel disertai dengan penurunan kandungan *mashlahah*

Adakalanya pula kenaikan harga sari apel diikuti oleh penurunan kandungan *mashlahah*. Jika hal ini terjadi, maka konsumen dipastikan akan menurunkan jumlah pembelian sari apel untuk menghindari terjadinya penurunan *mashlahah* yang ia peroleh. Dalam hal ini, efek substitusi dari kenaikan harga sari apel adalah negative terhadap permintaan. Sebagai misal, naiknya harga sari apel karena semakin langkanya buah apel yang disebabkan oleh gagal panen petani apel. Dalam hal ini, terjadi penurunankandungan berkah pada sari apel.

- c. Kenaikan harga sari apel disertai dengan kenaikan kandungan *mashlahah*.

Di sisi lain, jika kenaikan harga sari apel, diikuti oleh adanya kenaikan *mashlahah*, maka konsumen belum tentu akan menurunkan jumlah permintaan. Konsumen akan mempertimbangkan efek manakah yang lebih dominan, tambahnya kandungan *mashlahah* atautkah berkurangnya mimuan sari apel yang bisa dibeli. Misal, ketika harga sari apel naik disertai kenaikan permintaan pasar akan buah apel, maka konsumen tidak langsung akan menurunkan jumlah pembelian sari apel, bahkan mungkin ia membeli sari apel dalam jumlah yang tetap.

Table. 1.2. Dampak Perubahan Harga terhadap Permintaan Sari Apel

Perubahan Harga	Efek Pendapatan	Perubahan Mashlahah	Efek Substitusi	Efek Total	Perubahan Permintaan
------------------------	------------------------	----------------------------	------------------------	-------------------	-----------------------------

		hah			aan
Naik	Negatif	Tetap Turun Naik Kecil Naik Besar	Negatif Negatif Negatif Positif	Negatif Negatif Negatif Positif	Turun Turun Turun Naik
Turun	Positif	Tetap Turun Kecil Trurun Besar Naik	Positif Positif Nol/Ne gatif Negatif	Positif Positif Nol/Ne gatif Negatif	Naik Naik Nail/Tet ap Turun

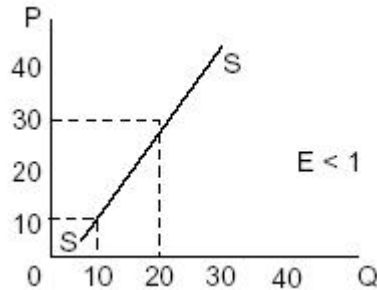
Dari table 1.2 dapat disimpulkan bahwa hukum permintaan sari apel seperti dalam teori konvensional hanya akan berlaku jika perubahan harga tidak diikuti oleh perubahan kandungan mashlahah atau berkah yang signifikan. Hukum ini akan tidak berlaku ketika kenaikan harga sari apel diikuti oleh peningkatan kandungan mashlahah yang signifikan. Demikian sebaliknya, penurunan harga sari apel akan diikuti oleh peningkatan permintaan selama kandungan mashlahah dan berkah pada sari apel tidak turun dalam nilai yang signifikan.

2). Penawaran sari apel UD. Kholifah Kopwan Yasmin

Dalam ekonomi Islam, teori penawaran Islam merupakan segala sesuatu bentuk kegiatan ekonomi harus kembali kepada sejarah penciptaan manusia, hal itu telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Ibrahim yang terdapat pada ayat 32-24. Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah SWT untuk keperluan manusia, terdapat larangan yang harus dipatuhi oleh umatnya, yang berbunyi "*janganlah kamu membuat kerusakan dimuka bumi*". Hal ini telah diterapkan oleh para anggota Kopwan Yasmin dengan memakai strategi pemasaran produk terhadap konsumen secara kekeluargaan, tidak lain yaitu dengan silaturahmi. Ketua Kopwan Yasmin ini juga berpegang teguh pada keyakinan jika rizki yang diberikan kepada setiap umat manusia telah Allah SWT atur dengan adil. Sehingga setiap berkunjung kepada sanak famili berkesempatan untuk memberikan bingkisan berupa sari buah apel. Hal ini dilakukan sebagai ajang penetrasi produk pada konsumen dan promosi kepada masyarakat luas. Penawaran pada sari apel ini merupakan penawaran inelastis, dikarenakan meskipun adanya perubahan harga pada harga

jual sari apel, tetap tidak mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan, berapapun tingkat harga namun jumlah yang ditawarkan tetap sama, berikut merupakan kurva dari penawaran inelastis:

Gambar 2 kurva penawaran inelastis



(Sumber: Kajianpustaka.com)

Dari data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian melalui wawancara dengan beberapa narasumber maka berikut merupakan diagram penawaran hasil perhitungan dari tahun 2019 sampai tahun 2020:

Diagram 2 penawaran sari apel



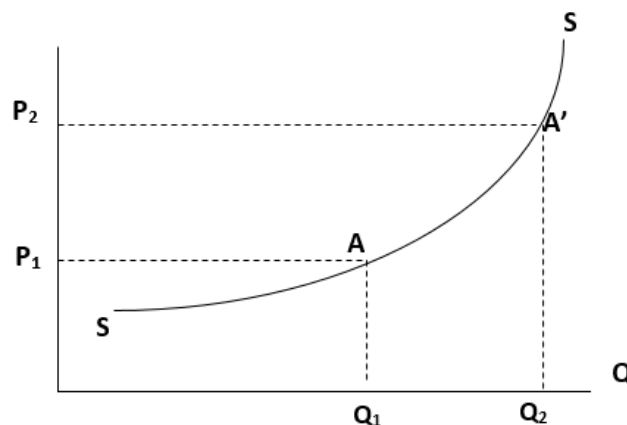
(Sumber: Data diolah peneliti 07 Juni 2021)

Diagram penawaran diatas paling banyak terjadi pada tahun 2020, pada tahun tersebut permintaan pada sari apel mengalami penurunan yang sangat drastis jauh dari sebelumnya. Dan pada tahun 2019 diagram diatas menunjukkan penawaran pada tahun tersebut menjadi penawaran yang paling sedikit diantara yang lainnya. Secara spersial harga sari apel berpengaruh signifikan dan positif terhadap penawaran sari apel yang berada di UD. Kholifah Kopwan Yasmin. Apabila harga sari mengalami peningkatan maka penawaran terhadap

sari apel juga akan mengalami peningkatan.¹⁷

Tampak pada penawaran sari apel berlaku hukum penawaran yaitu hanya berlaku pada keadaan *ceteris paribus*. *Ceteris paribus* adalah keadaan di mana faktor yang mempengaruhi jumlah penawaran sari apel hanyalah faktor harga sedangkan faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan sari buah yang lain dianggap *given* (tetap/tidak berubah). Selain harga adalah *given* (tetap/tidak berubah). Kurva penawaran sari apel di pasar dianggap *given* tersebut di antaranya: teknik produksi, harga barang lain, jumlah penjual di pasar, harga sumber, dan perkiraan harga yang akan datang.

Selanjutnya, faktor harga (harga barang itu sendiri) mempengaruhi jumlah sari apel yang ditawarkan. Faktor perubahan harga tersebut akan menyebabkan pergeseran titik (kombinasi harga dan jumlah yang diminta) sepanjang kurva dan disebut *shift along supply curve*. Ini artinya faktor harga akan mempengaruhi kualitas sari apel yang ditawarkan produsen. Perubahan harga tersebut akan menyebabkan pergeseran titik pertemuan antara harga dan jumlah sari apel yang diminta sepanjang kurva.



A Long supply curve

Kurva di atas menunjukkan bahwa pergeseran titik A menjadi A' yakni jumlah yang diminta berubah dari Q₁ menjadi Q₂. Pergeseran tersebut diakibatkan oleh perubahan harga sari apel sendiri dari P₁ menjadi P₂. Perubahan jumlah barang yang ditawarkan karena faktor harga sari apel itu sendiri.

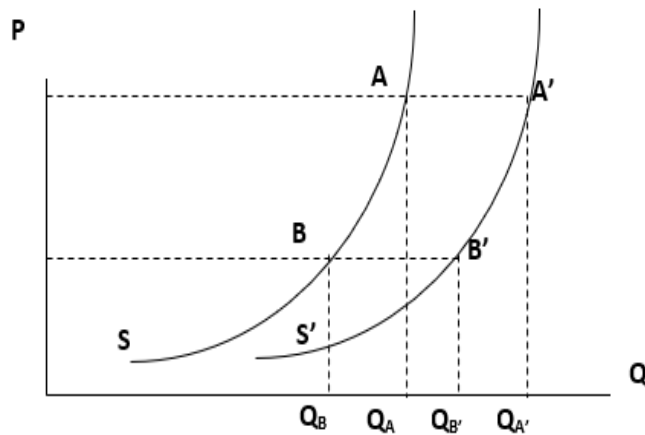
Jumlah sari apel yang ditawarkan juga dapat berubah selain perubahan harga. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kurva penawaran bergeser, di antaranya adalah:

- a. Teknologi

¹⁷ Industri Rumah, Tangga Kecamatan, and Ampek Angkek, 'Vol. 1 No.2 Agustus 2019 [Http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org](http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org) Ensiklopedia Education Review', 1.2 (2019), 181–87.

- b. Harga sumber produksi.
- c. Perkiraan harga barang yang akan datang
- d. Jumlah penjual di pasar

Kelima faktor di atas akan menyebabkan pergeseran kurva penawaran ke kiri atau ke kanan dan disebut *shift of demand curve*. Seperti kurva berikut ini:



Shift of supply curve

Kurva di atas menunjukkan pergeseran penawaran sari apel dari titik A menjadi A' atau titik B menjadi B'. Hal ini dikarenakan faktor jumlah produsen sari apel di pasar mengalami peningkatan. Penawaran pasar adalah totalitas dari penawaran individu-individu yang ada di pasar. Untuk itu, bertambahnya jumlah produsen atau penjual di pasar akan dapat mengakibatkan kurva penawaran pasar bergeser ke kanan dan menjadi S'S'. Bergesernya titik A menjadi A' atau titik B menjadi B' karena faktor jumlah produsen sari apel di pasar (selain harga sari apel itu sendiri) disebut *shift of demand curve*.

Penjelasan mengenai bagaimana keempat faktor dalam menggeser kurva permintaan ke kiri atau ke kanan adalah sebagai berikut:

- a. Teknologi. Semakin canggih teknologi produksi yang digunakan akan semakin banyak jumlah sari apel yang dapat dihasilkan sehingga kurva penawaran akan bergerak ke kanan.
- b. Harga Sumber Produksi. Harga sumber atau faktor produksi juga mempengaruhi penawaran. Jika harga faktor produksi sari apel di pasar naik, maka jumlah barang yang diproduksi semakin sedikit dan kurva penawaran akan bergeser ke kiri. Sebaliknya, jika harga faktor produksi turun, maka jumlah barang yang dapat diproduksi akan naik dan kurva penawaran akan bergeser ke kanan. Perkiraan harga sumber atau faktor produksi yang akan datang. Jika diramalkan harga faktor produksi akan naik, maka produsen

cenderung akan menambah permintaan faktor produksinya saat ini. Sehingga, jumlah barang yang diproduksi saat ini meningkat dan kurva penawaran bergeser ke kanan. Sebaliknya, jika harga faktor produksi diramalkan akan turun, maka produsen akan cenderung mengurangi permintaan faktor produksinya saat ini dan menunggu harga faktor produksi benar-benar turun. Akibatnya, jumlah barang yang diproduksi saat ini akan turun dan kurva penawarannya akan bergeser ke kiri.

- c. Perkiraan harga sari apel yang akan datang. Jika diramalkan harga sari apel yang akan datang akan turun, maka produsen akan cenderung menambah penawarannya saat sekarang daripada dia harus mengalami penurunan harga di masa yang akan datang sehingga kurva penawaran saat ini menjadi bergeser ke kanan. Sebaliknya, jika harga barang yang akan datang diperkirakan akan naik, maka produsen cenderung menahan dan mengurangi penawarannya saat ini untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dengan adanya kenaikan harga. Hal ini mengakibatkan kurva penawaran bergeser ke kanan.
- d. Jumlah penjual sari apel di pasar. Penawaran pasar merupakan penjumlahan dari penawaran individu-individu yang ada di pasar. Jika di pasar terdapat produsen baru yang masuk (jumlah produsen di pasar bertambah), maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan dan sebaliknya jika banyak produsen yang keluar dari pasar, maka akan mengurangi penawaran dan kurvanya bergeser ke kiri.

V. Kesimpulan

Permintaan sari apel pada UD. Kholifah Kopwan Yasmin merupakan permintaan elastis, yaitu masyarakat lebih memilih produk pengganti yang memiliki kegunaan yang sama dengan sari apel, dikarenakan konsumen sangat peka terhadap perubahan harga, seperti yang terjadi pada permintaan di Tahun 2020. Permintaan lebih kecil dibandingkan dengan penawarannya, hal itu disebabkan adanya covid-19 yang mempengaruhi harga bahan pokok pembuatan sari apel, sehingga berdampak pula pada harga jual sari apel. Untuk penawaran sari apel merupakan penawaran inelastis sempurna, dimana perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Dalam hal ini, meskipun harga barang mempengaruhi permintaan dari konsumen namun UD. Kholifah Kopwan Yasmin tetap memproduksi sari apel dengan jumlah yang sama seperti biasanya.

Daftar Pustaka

ANSORI, AAN, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7.1 (2016), 1–18 <<https://doi.org/10.32678/ije.v7i1.33>>

- Deti, Sri, 'Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Pembiayaan Mikro Syariah', *El Jizya Jurnal Konomi Islam*, 5.1 (2017), 141–76
- Elvira, Rini, 'Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam)', *Jurnal Islamika*, 15 (2015), 47–60
- Gilarso, *Ilmu Ekonomi Mikro* (Semarang: PT. Angkasa Bhakti, 2007)
- Hafid, Abdul, 'Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.2 (2015), 203–16
- Karim, Adiwarmarman Azwar, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007)
- Muawanah, 'Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam', *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 2.2 (2017), 111–27
- Muh Fitrah, Lutfiyah, *Metodologi Penelitian* (Sukabumi: CV. Jejak, 2017)
- P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013)
- Putong, Iskandar, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007)
- Ridwan, Dr M, M A Imsar, M Si, and Muhammad Syahbudi, 'EKONOMI MIKRO ISLAM II Oleh', 2017, 236
- Rumah, Industri, Tangga Kecamatan, and Ampek Angkek, 'Vol. 1 No.2 Agustus 2019 [Http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org](http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org) Ensiklopedia Education Review', 1.2 (2019), 181–87