

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, PRODUSEN DAN PASAR DALAM EKONOMI ISLAM PADA MASYARKAT

Tiara Nur Fasiatul Zannah

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: tiaranurfz30@gmail.com

Diterima: 10 Agustus 2020 | Direvisi: 12 September 2020 | Disetujui: 14 Oktober 2020

Abstract. *Islamic economics is a science that studies human economic behavior whose behavior is regulated based on Islamic religious rules. As Muslims, it is necessary to follow economic behavior which is regulated by Islam. As has been explained in the Al-Quran or hadith about how Muslims should behave as producers, consumers, and as owners of capital. Consumer behavior is part of marketing management that deals with humans as target markets. The behavior of consumers with one another is not the same and changes every time, so consumer behavior in buying must be studied continuously, given the increasingly competitive market competition conditions. Therefore, the researcher wants to study the consumer behavior of staple and non-staple goods, namely for the staple goods of rice and sugar and for non-staple ground coffee and canned milk.*

Keywords : Consumer behavior; Market; of staple and non-staple goods

Abstrak. *Ekonomi islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam. Sebagai umat islam, harauslah mengikuti perilaku ekonomi yang diatur oleh agama islam. Seperti yang sudah dijelaskan di dalam Al-Quran ataupun hadis tentang bagaimana seharusnya kaum muslim berperilaku sebagai produsen, konsumen, maupun sebagai pemilik modal. Perilaku konsumen merupakan bagian dari menejemen pemasaran yang berhubungan dengan manusia sebagai pasar sasaran. Perilaku konsumen yang satu dengan yang lainnya tidak sama dan berubah-ubah setiap saat, maka perilaku konsumen dalam membeli harus dipelajari secara terus menerus, mengingat situasi kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itulah peneliti ingin mempelajari mengenai perilaku konsumen barang pokok dan non pokok yaitu untuk barang pokok beras dan gula dan untuk non pokok kopi bubuk dan susu kaleng.*

Kata kunci : Perilaku konsumen; Pasar; Barang pokok dan non pokok

PENDAHULUAN

Ekonomi islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam. Dari pengertian tersebut dapat kita pahami bahwa sebagai umat islam, harauslah mengikuti perilaku ekonomi yang diatur oleh agama islam. Seperti yang sudah dijelaskan di dalam Al-Quran ataupun hadis tentang bagaimana seharusnya kaum muslim berperilaku sebagai produsen, konsumen, maupun sebagai pemilik modal.

Sikap atau perilaku seorang muslim jika menjadi produsen, maka wajib mengamalkan apa yang tidak boleh dilakukan ketika melakukan kegiatan ekonomi dalam islam, seperti mengurangi timbangan, menjual barang yang kualitasnya kurang baik dengan harga mahal, sehingga konsumen menjadi tertipu oleh produsen. Produsen yang memiliki perilaku ekonomi islam tidak akan pernah memikirkan berapa banyak lama yang mereka dapatkan, mereka hanya mementingkan kepuasan konsumen saat mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka jual.

Perilaku konsumen yang disyariatkan oleh islam harus memiliki perilaku atau sikap tidak berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau pun jasa. Konsumsi secara berlebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, disebut dalam islam dengan istilah Israf (pemborosan) atau Tabzir (menghamburkan harta tampa guna). Perilaku berlebihan itulah yang sangat harus dihindari dalam ekonomi islam, tidak perlu dalam konsumen islam memiliki perilaku berlebihan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, berusahalah merasa cukup dengan apa yang kita miliki dan bersyukurah.

Dalam catatan sejarah memaparkan bagaimana Rasulullah SAW menghargai mekanisme pasar sebagai sebuah sunatullah yang harus dihormati. Pandangan tentang pasar akan dijabarkan dari beberapa pemikir besar muslim seperti Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibn Khaldun, Ibn Taimiyah. Pemikiran mereka tentang pasar ternyata merupakan kekayaan khasanah intelektual yang sangat berguna pada masa kini dan masa depan.

Dalam ekonomi islam konsumen sangatlah dianjurkan memproduksi suatu barang atau jasa yang dapat memberikan penghematan-penghematan, sebagai mana yang telah dijelaskan di atas bahwa memproduksi atau mengkonsumsi barang yang berlebihan tanpa adanya tujuan yang jelas sanagtlah dilarang dalam diri seorang muslim, dan dapat memberikan efek yang tidak baik bagi diri seorang muslim.

Pada hakikatnya manusia merupakan homo economicus, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. Homo economicus merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada.

Kegiatan produksi merupakan mata rantai dari konsumsi dan distribusi. Kegiatan produksilah yang menghasilkan barang dan jasa, kemudian dikonsumsi oleh para konsumen. Tanpa produksi maka kegiatan ekonomi akan berhenti, begitu pula sebaliknya. Untuk menghasilkan barang dan jasa kegiatan produksi melibatkan banyak faktor produksi. Fungsi produksi menggambarkan hubungan antar jumlah input dengan output yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode tertentu. Dalam teori produksi memberikan penjelasan tentang perilaku produsen tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Dimana Islam mengakui pemilikian pribadi dalam batasbatas tertentu termasuk pemilikan alat produksi, akan tetapi hak tersebut tidak mutlak

Dalam mengenal konsumen kita perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Suatu metode di definisikan sebagai suatu wakil realitas yang disederhanakan, model perilaku konsumen dapat di definisikan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan suatu aktivitas - aktivitas konsumen. Model perilaku konsumen dapat pula diartikan sebagai kerangka kerja atau suatu yang mewakili apa yang diyakinkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli. Adapun yang mempengaruhi faktor-faktor perilaku konsumen Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (small referebce grups) dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologi terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan. Sedangkan tujuan dan fungsi model perilaku konsumen sangat bermanfaat dan mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku konsumen.

Cara mengenal konsumen melalui tipe perilaku konsumen yang menjadi sasarannya. Ilmu perilaku konsumen dibutuhkan untuk mengidentifikasi apa kebutuhan dan keinginan konsumen dan pelanggan tersebut sehingga pemasar mampu menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat untuk karakteristik konsumen yang menjadi target pasar. Perilaku konsumen yang satu dengan yang lainnya tidak sama

dan berubah-ubah setiap saat, maka perilaku konsumen dalam membeli harus dipelajari secara terus menerus, mengingat situasi kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif

METODE

Metode penelitian ini diperoleh menggunakan pendekatan analisis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun pengumpulan data diperoleh dari beberapa teknik, diantaranya dari data sekunder dan wawancara kepada Narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Teori Perilaku Konsumen Prespektif Konvensional Dan Islam

Pengertian Teori Perilaku Konsumen Konvensional, Menurut James F. Angel berpendapat bahwa Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakantindakan tersebut (Mangkunegara, 2012). Sedangkan menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu

Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta, perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

Sedangkan menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf, perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya. J. Paul Peter (1996) mengatakan bahwa Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.

Dari beberapa definisi yang diungkapkan oleh para tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan manfaat dari suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia secara langsung. Tetapi, ada beberapa macam barang seperti mesin-mesin maupun bahan mentah yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lain biasanya disebut dengan konsumsi produktif. Sedangkan konsumsi yang langsung dapat memuaskan kebutuhan disebut konsumsi akhir. Konsumsi dianggap sebagai maksud serta tujuan dari produksi, atau dengan kata lain produksi merupakan alat bagi konsumsi. Melalui kenyataan tersebut dapat diambil semacam pemahaman bahwa produksi itu diperlukan selama masih adanya konsumsi.

Misalnya konsumsi itu berhenti sama sekali, Artinya masyarakat tidak memerlukan konsumsi lagi maka produksi pun tidak diperlukan lagi. Akan tetapi logika ini tidak dapat berlaku sebaliknya, yakni tidak dapat dikatakan bahwa jika produksi berhenti maka konsumsi pun harus berhenti pula

Pengertian Perilaku Konsumen Islam, dalam ekonomi Islam, konsumsi diartikan dengan kegiatan manusia dalam menggunakan komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah). atau badan pengguna produk baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan- ketentuan yang berlaku sesuai syariat Islam.

Menurut Muhammad Djakfar, konsumen muslim adalah setiap orang atau badan pengguna produk baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan- ketentuan yang berlaku sesuai syariat Islam. Para pakar ekonomi Islam juga tidak membedakan antara barang konsumsi, barangproduksi, dan barang perantara sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi konvensional. Hal ini membawa pengaruh pada definisi konsumen (al-mustahlik) yang harus dilindungi dalam Islam karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang, apakah barang itu dipakai langsung sehingga habis, atau dijadikan sebagai alat perantara untuk produksi selanjutnya karena keadilan adalah milik semua orang baik berkedudukan sebagai individu maupun kelompok.

Prinsip Konsumsi Presfektif Konvensional dan Islam

Prinsip konsumsi konvensional, berlandaskan pada sebuah paham Kapitalisme dalam tatanan ekonomi konvensional, setiap konsumen merupakan sebuah sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada mereka untuk melaksanakan kegiatan ekonominya, baik seorang konsumen yang benar-benar membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, maupun seorang konsumen yang melakukan kegiatan mengkonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mewahnya. Dalam sistem seperti ini setiap orang dapat mengatur nasibnya sendiri berdasarkan keinginan dan kemampuannya, setiap orang bebas bersaing dalam memenuhi kebutuhannya, dan bebas memuaskan keinginannya tanpa peduli hajat sosial. Pada kenyataannya, sifat keinginan manusia memang tidak pernah terbatas. Hal ini sudah menjadi tabiat alami setiap manusia di bumi yang terkadang menjadikan mereka mempunyai potensi untuk berbuat kerusakan, masalah keinginan manusia merupakan tema sentral dalam susunan paradigmanya. Disebutkan dalam pengertian ilmu ekonomi, sebagai ilmu yang membahas perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tidak terbatas terhadap sumber daya alam yang terbatas. Dari uraian-uraian sebelumnya, dapat kita pahami bahwa yang selalu menjadi pedoman seorang individu dalam aktivitasnya memuaskan keinginan untuk memenuhi kebutuhan adalah prinsip-prinsip daripada sistem ekonomi konvensional, diantaranya:

- a. Freedom, kebebasan ekonomi bermakna tidak adanya tekanan dari pihak tertentu terhadap inisiatif individu untuk menjalankan kegiatan ekonomi. Prinsip ini menjadikan individu berpikir rasional dan menganggap keagamaan tidak relevan untuk memahami dan mengatasi permasalahan-permasalahan socio-economii.
- b. Self Interest, setiap manusia memiliki kebutuhan untuk memenuhi kepentingan pribadinya. Pola pikir dan pola tindakan individu dalam prinsip lebih cenderung menonjolkan subjektivitas egoisnya yang tidak mempedulikan kepentingan orang lain, kecuali itu memberikan keuntungan. Individu tidak perlu pula peduli dengan kepentingan masyarakat atau kepentingan sosial, apalagi jika bertentangan dengan kepentingan pribadinya. Perhatian utama hanya ditujukan pada pencapaian kepuasan materi untuk kepentingan individu belaka, bahkan terkadang juga mengabaikan etika.
- c. Materialistis, prinsip ini menempatkan materi sebagai sumber kebahagiaan dan kepuasan yang mengantarkan setiap individu untuk bersikukuh mencenderungkan

pencapaian kepuasan marginal, Padahal kepuasan marginal itu sendiri pada akhirnya tunduk terhadap hukum kepuasan yang semakin menurun. Kepuasan materalistik dalam hal ini diukur menurut nilai kepuasan yang didapat dari setiap jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi.

Prinsip Konsumsi Ekonomi Islam Menurut Abdul Mannan, ada 5 prinsip konsumsi dalam islam :

- a. Prinsip Keadilan, prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.
- b. Prinsip Kebersihan, makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.
- c. Prinsip Kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan.
- d. Prinsip kemurahan hati, dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan yang diberikan Allah.
- e. Prinsip moralitas, seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan kesyukurannya kepada-Nya setelah makan.

Pengertian Teori Produsen Konvensional Dan Islam

Kegiatan produksi konvensional adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa. Untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dibutuhkan keterlibatan banyak faktor produksi. Pada umumnya faktor produksi melibatkan alam, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan/pengorganisasian. Keempat faktor produksi inilah yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam produksi masalah yang timbul juga bagaimana pengorganisasian faktor produksi serta penentuan harga input maupun output yang sesuai dengan tujuan dari produksi.

Sedangkan aktifitas produksi yaitu suatu upaya atau kegiatan untuk menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan sumber daya alam (SDA) yang tersedia. Sedangkan kegiatan menambah nilai guna suatu barang dikenal lima jenis kegunaannya.

Dari kegiatan produksi dan aktifitas produksi tentu ada faktor yang menunjang atau memengaruhi produksi. Pertama, tanah atau bahan baku. Bahan baku merupakan faktor utama dalam produksi, sebab alam telah menyediakan begitu banyak SDA untuk

dimanfaatkan yang nantinya akan berguna bagi orang banyak. Kedua, tenaga kerja. Tenaga kerja merupakan tangan-tangan untuk mengolah bahan baku sehingga menjadi suatu produk atau jasa.

Ketiga, modal. Suatu produksi akan berjalan apabila ada modal. Modal digunakan untuk membeli bahan baku awal dan menggaji tenaga kerja sehingga aktifitas produksi bisa terus berputar. Secara kontemporer modal dibagi menjadi dua, modal fisik dan modal uang. Keempat, manajemen. Adanya manajemen yang dapat mengalkulasi keuntungan dan kerugian dengan baik, sehingga risiko kerugian bisa diminimalisir. Kelima, teknologi. Selain membutuhkan tenaga kerja, adanya teknologi juga memudahkan kegiatan produksi dalam mengolah suatu produk atau jasa.

Dalam ekonomi konvensional, teori produksi ditunjukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Teori produksi juga menjelaskan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Memaksimalkan keuntungan atau efisiensi produksi tidak akan terlepas dari dua Hal, yakni struktur biaya produksi dan revenue yang didapat. Demikian juga dengan permodalan yang bisa didapat dari pinjaman tanpa kompensasi, dengan sistem bunga maupun dengan kerjasama.

Pengertian produsen dalam prespektif islam menurut beberapa tokoh :

1. Kahf (1992): usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik material, tapi juga moralitas untuk mencapai tujuan Islam: kebahagiaan dunia akhirat.
2. Siddiqi (1992): penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan mashlahah.
3. Rahman (1995): Menekankan Pentingnya keadilan dan kemerataan Produksi (Distribusi Produksi secara merata)
4. Mannan (1992) menekankan pentingnya motif altruism bagi produsen yang islami sehingga ia menyikapi dengan hal – hal Konsep Pareto optimality dan Given Denand Hypothesis yang banyak dijadikan sebagai konsep dasar produksi dalam konvensional
5. Ul Haq (1996) menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah kebutuhan barang dan jasa yang merupakan Fardlu Kifayah, yaitu kebutuhan bagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib.

Dari berbagai definisi di atas maka bisa disimpulkan bahwa kepentingan manusia yang sejalan dengan mora Islam, harus menjadi focus atau target dari kegiatan produksi. Produksi juga mencakup aspek tujuan dari kegiatan menghasilkan output serta karakter – karakter yang melekat pada proses dan hasilnya.

Tujuan Produksi Dalam konsep ekonomi konvensional (kapitalis) produksi dimaksudkan untuk memperoleh laba sebesar besarnya, berbeda dengan tujuan produksi dalam ekonomi Islam, tujuan produksi dalam Islam yaitu memberikan Mashlahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi Islam tujuan utamanya adalah memaksimalkan mashlahah, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Dalam konsep mashlahah dirumuskan dengan keuntungan ditambah dengan berkah.

Keuntungan bagi seorang produsen biasanya adalah laba (profit), yang diperoleh setelah dikurangi oleh faktor-faktor produksi. Sedangkan berkah berwujud segala hal yang memberikan kebaikan dan manfaat bagi produsen sendiri dan manusia secara keseluruhan. Keberkahan ini dapat dicapai jika produsen menerapkan prinsip dan nilai Islam dalam kegiatan produksinya. Dalam upaya mencari berkah dalam jangka pendek akan menurunkan keuntungan (karena adanya biaya berkah), tetapi dalam jangka panjang kemungkinan justru akan meningkatkan keuntungan, karena meningkatnya permintaan. Berkah merupakan komponen penting dalam maslahah. Oleh karena itu, bagaimanapun dan seperti apapun pengklasifikasianya, berkah harus dimasukkan dalam input produksi, sebab berkah mempunyai andil (share) nyata dalam membentuk output.

Pengertian Mekanisme Pasar Konvensional Dan Islam

Pasar adalah tempat bertemu antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Dalam Islam pasar sangatlah penting dalam perekonomian. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah dijalani selama berabad-abad.

Pasar adalah tempat yang menampung hasil produksi dan menjualnya kepada mereka yang membutuhkan. Pernyataan tersebut juga menyebutkan bahwa pasar timbul dari adanya double coincidence yang sulit bertemu. Maka, untuk memudahkan adanya tukar-menukar dalam memenuhi kebutuhan diciptakanlah pasar.

Mekanisme pasar konvensional yaitu suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari permintaan dan penawaran. Sistem ekonomi konvensional memandang posisi pemerintah dalam mekanisme pasar terdapat perbedaan pendapat. Para ekonom membagi mekanisme pasar menjadi tiga yaitu :

a. Sistem Ekonomi Pasar Bebas

Pada sistem ekonomi ini seluruh kegiatan ekonomi diatur sepenuhnya oleh mekanisme pasar (invisible hand). Operasi produksi nasional ditentukan oleh interaksi antara penjual dan pembeli, dan sistem ekonomi pasar memiliki kelebihan dari sistem ekonomi yang lain karena adanya faktor-faktor produksi yang digunakan secara efisien. Pertumbuhan ekonomi akan berjalan dengan selaras jika adanya kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi yang disukai

b. Sistem Perekonomian Perencanaan Pusat

Perencanaan pusat berarti seluruh kegiatan diatur oleh pusat, pemerintah yang mengatur dan menentukan kegiatan dan corak perekonomian. Namun dalam sistem ini

kurang menguntungkan dan bukan pilihan yang baik untuk menggantikan sistem pasar. Dibuktikan dari kegagalan negara-negara komunis dalam membangun ekonominya yang diakhiri runtuhnya sistem tersebut pada akhir tahun 1980-an dan permulaan tahun 1990-an.

c. Sistem Ekonomi Campuran

Sistem ekonomi campuran muncul disebabkan adanya kegagalan dalam mekanisme pasar, sehingga secara langsung maupun tidak langsung diperlukan campur tangan pemerintah untuk memperbaiki sistem ekonomi di negara tersebut.

Mekanisme pasar Islam dalam konsep Islam, mekanisme pasar yaitu penentuan harga yang dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Penentuan permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat.

Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan mutual goodwill bagi para pelakunya.

Adapun larangan-larangan yang mengganggu mekanisme pasar yang Islam Tallaqi Rukban, Mengurangi timbangan, Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas barang yang buruk, Transaksi Najasy, ikhtikar, Ghaban faa-hisyi (besar) dilarang, yaitu menjual diatas harga pasar.,

Dalam ekonomi Islam tidak dikenal sikap mendua, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Jadi monopoli sah-sah saja. Namun, siapapun yang melakukan monopoli pasar tidak boleh ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi (monopolistic rent).

Analisis Penelitian

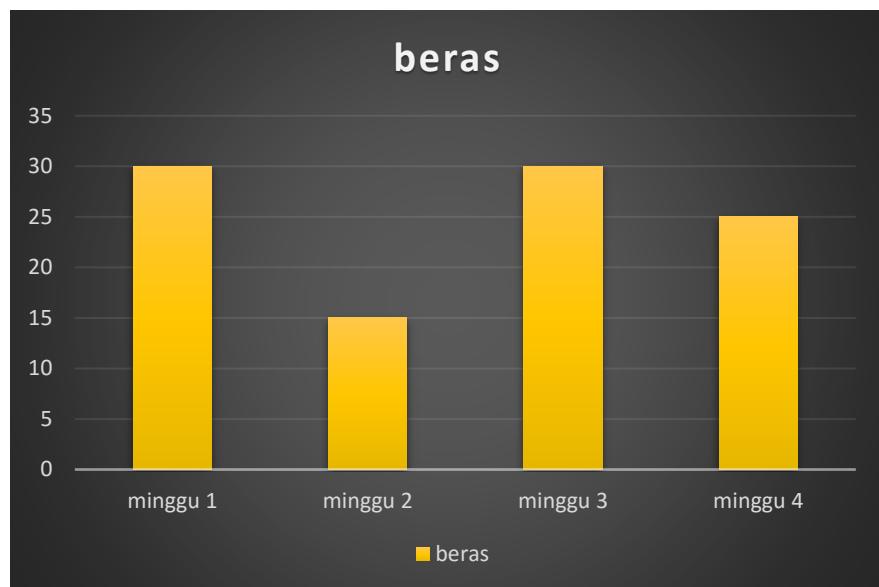
Aspek berikut yang dianalisis dari teori mikroekonomi adalah tentang tingkah laku pembeli dan penjual di pasar. Dalam analisis ini, teori mikroekonomi bertitik tolak dari dua permisalan. Pemisalan yang pertama adalah : para pembeli dan penjual menjalankan kegiatan ekonomi secara rasional. Pemisalan kedua adalah : para pembeli berusaha memaksimumkan kepuasan yang mungkin dinikmatinya, sedangkan para penjual berusaha memaksimumkan keuntungan yang akan diperolehnya.

Berdasarkan pemisalan-pemisalan tersebut maka dari teori mikroekonomi menunjukkan (i) bagaimana seorang pembeli menggunakan sejumlah pendapatan (atau uang) untuk membeli berbagai jenis barang yang dibutuhkannya, dan (ii) bagaimana seseorang penjual/produsen menentukan tingkat produksi yang akan dilakukannya.

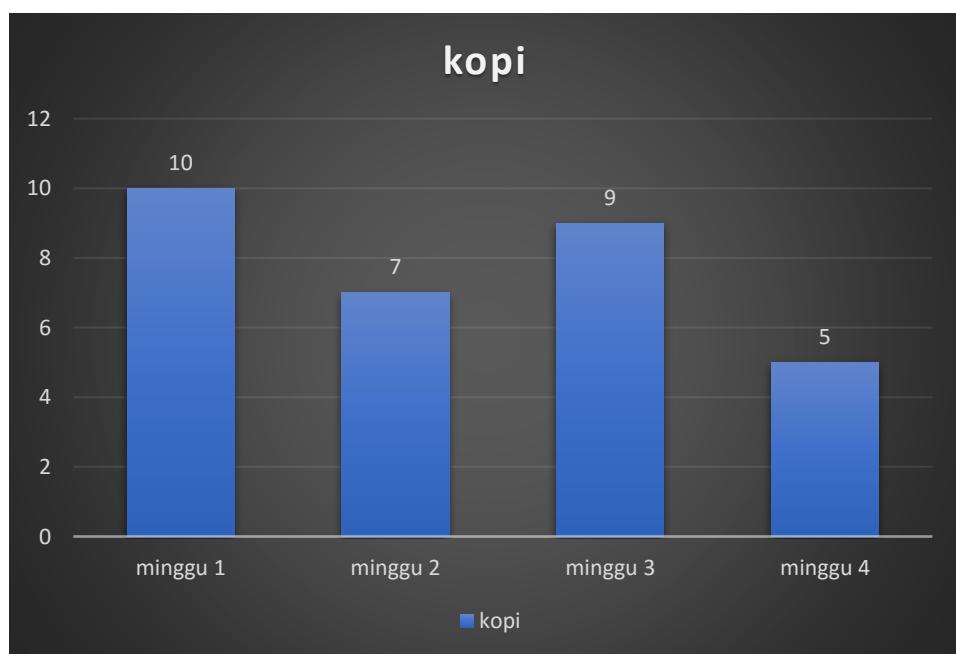
Dalam teori ekonomi, pasar adalah suatu institusi, yang pada umumnya tidak wujud secara fisik, yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Melalui interaksi antara penjual dan pembeli yang berlaku dalam pasar akan dapat ditentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjual belikan. Teori mikroekonomi tidak menerangkan operasi keseluruhan pasar secara serentak, tetapi menerangkan tentang interaksi antara penjual dan pembeli di suatu pasar barang, misalnya di pasaran kopi dan beras.

Diagram Batang

Barang pokok



Barang Non Pokok



Dari hasil wawancara diatas dapat menganalisis bahwa bahan pokok sudah menjadi bahan konsumtif bagi masyarakat, sedangkan bahan non pokok tidak terlalu dipandang karena adanya peralihan barang yang lebih mudah (kopi bubuk beralih

menjadi kopi instan sachet), dan tidak adanya pemenuhan kebutuhan masyarakat akan suatu barang tertentu karena tidak semua masyarakat membutuhkan barang tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan antara penawaran bahan pokok dan penawaran bahan non pokok karena lebih kondusif bahan pokok dibandingkan bahan non pokok, karena meskipun harga bahan pokok ditawarkan tinggi akan tetapi permintaan akan tetap tinggi. Dikarenakan bahan pokok tidak ada barang pengganti karena sudah menjadi makanan konsumtif(pokok) bagi masyarakat. Adapun bahan non pokok meskipun penawaran yang dilakukan penjual tinggi akan tetapi permintaan terhadap bahan non pokok tersebut tidak selalu menentu, karena tidak semua masyarakat membutuhkan bahan non pokok tersebut.

KESIMPULAN

Ekonomi islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam, seperti yang sudah dijelaskan di dalam Al-Quran ataupun hadist. Perilaku konsumen yang disyariatkan oleh islam harus memiliki perilaku atau sikap tidak berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau pun jasa. Konsumsi secara berlebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, disebut dalam islam dengan istilah Israf (pemborosan) atau Tabzir (menghamburkan harta tanpa guna).

Produksi dalam ekonomi islam, tujuan produksi dalam islam yaitu memberikan Mashlahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi islam tujuan utamannya adalah memaksimalkan mashlahah, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum islam. Dalam konsep mashlahah dirumuskan dengan keuntungan ditambah dengan berkah.

Mekanisme pasar islam dalam konsep Islam, mekanisme pasar yaitu penetuan harga yang dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Penentuan permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat.

Pada hakikatnya manusia adalah homo economicus, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. Homo economicus merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional

dalam memilih sumber daya yang ada. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis Perilaku Konsumen, Produsen serta mengenai penawaran dan permintaan bahan berupa bahan pokok dan bahan non pokok:

1. Keterlibatan konsumen dalam membeli bahan pokok lebih tinggi daripada permintaan ataupun penawaran terhadap bahan non-pokok.
2. Bahan pokok sudah menjadi bahan konsumtif bagi masyarakat, sedangkan bahan non pokok tidak terlalu dipandang karena adanya peralihan barang yang lebih mudah (kopi bubuk beralih menjadi kopi instan sachet), dan tidak adanya pemenuhan kebutuhan masyarakat akan suatu barang tertentu karena tidak semua masyarakat membutuhkan barang tersebut.
3. Tipe perilaku konsumen (consumer behavior) bahan pokok dan bahan non-pokok adalah perilaku pembelian kompleks (complex buying behavior).

REFERENSI

- Assauri, sofyan. 1992. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta. Rajawali Pers
- Jodie, Zefanya. 2007. *Perilaku Konsumen dalam Pemasaran*. <http://vibizconsulting.com/>
Diakses tanggal 04 Mei 2020
- Mowen, john C. Michael, Minor a . 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 dan 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 dan 2).
- Metwally, M.M., 1995, *Teori dan Model Ekonomi Islam*, PT Bangkit Daya Insani, Jakarta.
- Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, BPFE, Yogyakarta.
- Djakfar, Muhammad. 2007, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, UII Press, Malang.