

BAB III
ISLAMIC DEMAND DAN ISLAMIC SUPPLY DALAM KEGIATAN
PEREKONOMIAN MODERN

A. Teorema Himpunan untuk Barang Halal dan Haram

Jika diketahui :

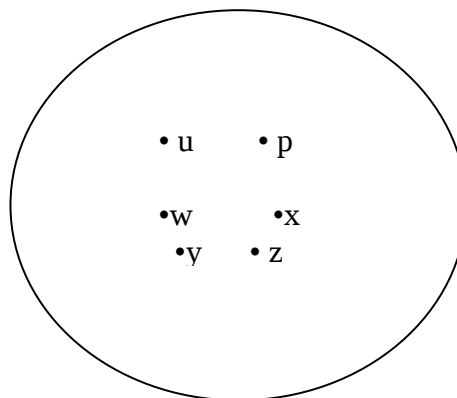
a	= semua barang
b	= barang halal
c	= barang haram

Dalam Islam sudah dijelaskan karakteristik barang yang halal dan haram, oleh karenanya hal tersebut dapat dinotasikan, sebagai berikut :

a	= { u, p, w, x, y, z }
b	= { u, p, w }
c	= { x, y, z }

Hingga menjadi :

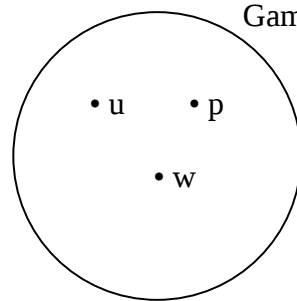
a. Himpunan semesta semua barang



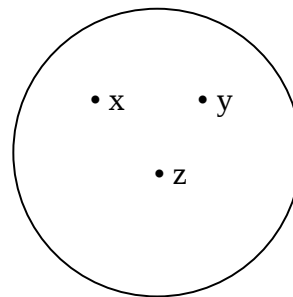
Gambar 1.4

Digram Venn tersebut di atas menggambarkan kondisi awal semua barang yang ada di dunia sebelum adanya pembatas permintaan. Kemudian setelah nilai dasar ekonomi Islam dimasukkan, maka terlihat hasilnya sebagai berikut :

b. Himpunan barang halal



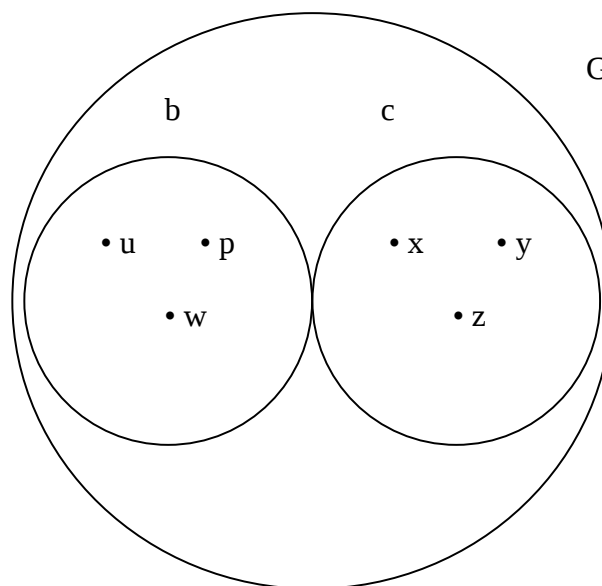
c. Himpunan barang haram



Oleh karenanya perkara yang jelas itu sudah ditentukan, sehingga akan dengan mudah dikenali, barang apa yang termasuk barang halal dan haram.

Kemudian kedua himpunan cabang tersebut dimasukkan pada himpunan semesta, sehingga menjadi.:

a. Himpunan semesta barang

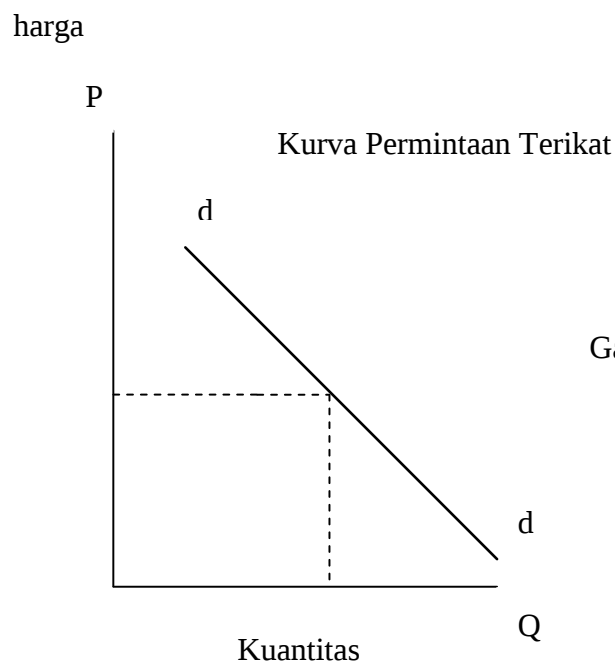


Terlihat pembedaan yang jelas antara barang halal dengan yang haram, dan diantara keduanya terdapat perkara yang subhat, oleh karenanya sebaiknya dijaui karena dasar hukumnya yang tidak jelas, apakah halal atau haram.

B. Hukum Permintaan Terikat

Prinsip dasar *tauhid* melahirkan sebuah hipotesa : “sebuah kondisi tertentu yang secara umum konsumen adalah orang yang beriman, sehingga dalam persepsinya barang yang dikonsumsi hanyalah barang yang halal, sedangkan barang haram dijaui dari mengonsumsinya, faktor lain yang dapat merubah pola konsumsi barang halal tidak berlaku. Hipotesa ini dinamakan dengan hipotesa nilai tetap.

Variabel yang digunakan dalam hipotesa ini adalah harga (P) dan kuantitas (Q). karena kedua variabel ini bersifat tetap.



Gambar 1.8

Gambar 1.8 adalah kurva permintaan Islam dengan asumsi nilai terikat , sehingga jumlah barang yang diminta sebanding dengan tingkat harga, oleh karenanya kemiringannya negatif.

Oleh karena hal tersebut di atas, maka hal pertama yang mempengaruhi pola permintaan seorang muslim adalah berdasarkan kehalalan barang tersebut. Dalam teori konvensional terdapat variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kuantitas barang yang diminta, antara lain sebagai berikut¹ :

1. Harga komoditi itu sendiri
2. Rata-rata penghasilan rumah tangga
3. Harga komoditi yang berkaitan
4. Selera
5. Distribusi pendapatan diantara rumah tangga
6. Besarnya populasi

Namun setelah penulis melakukan kajian yang lebih mendalam ada beberapa variabel lagi yang dapat mempengaruhi kuantitas barang yang diminta oleh konsumen, antara lain sebagai berikut :

1. Kepercayaan atas produk

¹ Richard G.Lipsey dkk, Economics 10th ed, Terjemahan Drs Ajaka Wasana MSM dan Ir Kirbrandoko MSM, Pengantar Mikroekonomi Jilid 1, (Binarupa Aksara : Jakarta, 1995),h.79

2. Unsur masalah (kemanfaatan)

3. Daya beli atas komoditi (dalam kondisi tertentu)

Dalam kasus di negara Malawi, produk yang bersertifikasi halal mendapatkan respon yang sangat baik, bukan hanya bagi orang Islam sendiri, namun juga bagi non Islam. Kepercayaan kalau produk yang bersertifikasi halal sudah melalui proses yang bersih dan terjamin kualitasnya, karena prosedur yang dijalankan mendukung ke arah tersebut, misalnya dalam hal pemotongan hewan, sebelumnya diseleksi dulu hewan mana yang layak potong, diantaranya harus sehat. Berbeda dengan pemotongan hewan yang tidak sesuai Islam, hewan tersebut asal-asalan saja, apakah sehat ataukah sakit?, sehingga tidak terjamin kualitasnya.

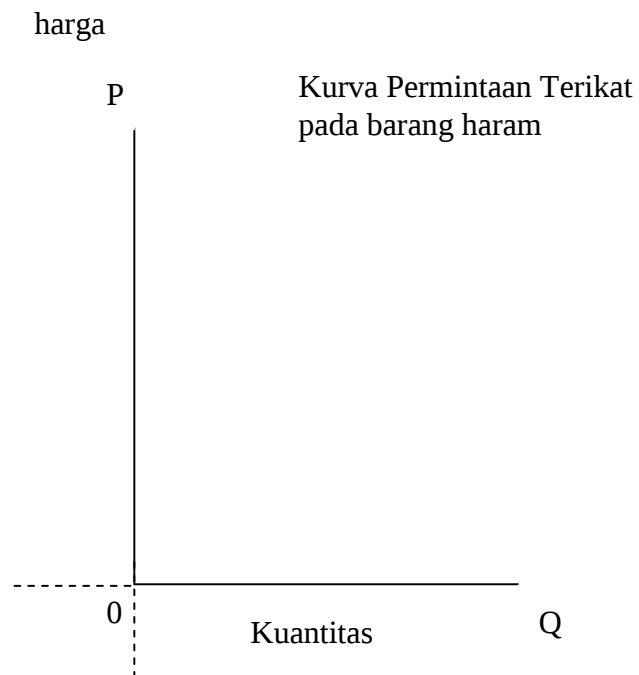
Variabel kedua adalah masalah, dalam arti masalah diartikan sebagai manfaat atas barang tersebut. Seorang konsumen yang rasional akan membeli suatu produk untuk kemanfaatan dirinya.

Kemanfaatan tersebut berdasarkan kebutuhan dirinya yang menurut kewajaran, misalnya dengan membeli sejumlah pakaian, karena memang ia membutuhkan pakaian tersebut, atau ia membeli sebuah mobil untuk keperluan penting, misalnya untuk mempermudah dirinya untuk bekerja.

Dalam Perekonomian modern , konsep halal dan haram adalah sangat diperhitungkan saat ini, karena adanya unsur kekuatan spiritual dalam konsep halal tersebut. Sehingga tidak heran kalau banyak restoran-restoran dan outlet-outlet yang memasang label halal sebagai *branch mark* usaha mereka.

Keberagaman telah membuat pola kegiatan perekonomian menjadi semakin kompleks, misalnya pada pemerintahan yang minoritasnya non muslim, saat ini telah banyak mengakomodir pola konsumsi seorang Muslim dengan mengizinkan dibukanya outlet-outlet maupun restoran yang berlabel halal.

Makanan yang haram akan selalu dijaui oleh orang Islam, sehingga kurva permintaan barang haram akan berada di titik 0. Meskipun harga produk tersebut adalah murah atau bahkan lebih murah dari pada produk halal, permintaan pada barang haram tetap pada titik 0 .



Gambar 1.9

Gambar di atas terlihat kuantitas barang yang diminta tetap berada pada titik 0, meskipun harga barang haram lebih murah dari biasanya tetap tidak mempengaruhi pilihan seorang Muslim

Diferensiasi permintaan ini sungguh sangat banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak (dalam arti positif), baik oleh orang Muslim sendiri maupun oleh orang non Muslim.

Orang Muslim mendapatkan manfaat dari adanya outlet-outlet yang berlabel halal, yakni tidak sulit lagi untuk mendapatkan bahan makanan yang halal. Sedangkan bagi pengusaha akan mendapatkan laba atas usahanya.

Belakangan bukan hanya sebatas outlet ataupun restoran saja yang berlabel halal, tapi banyak sudah perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk halal, baik dalam bentuk makanan jadi, maupun dalam makanan lain, seperti sosis, yoghurt, sour cream, mentega, keju dari berbagai rasa, toffee, caramel and susu.

Tabel 1.1. Manufaktur dan Distributor dari HFA yang Menggunakan Label Halal di Inggris Raya (UK) :

Nama	Deskripsi/ Layanan
AarhusKarlshamns (UK) Limited <i>www.aak.com</i>	Manufactur dari lemak, bahan makanan, minyak-minyak dan cairan
Air Fayre Ltd	Procurers & suppliers of airline meals
ALDI	Berpartisipasi pada outlet-outlet yang mendistribusikan daging sapi halal
Arthur Branwell & Co. Ltd <i>www.branwell.com</i>	Processors dari Halal LUXARA (of various numbered series) Stabilisers
Asda Plc	Distributor / retailer dari daging domba

	halal and unggas halal
Bombay Halwa Ltd <i>www.bombayhalwa.com</i>	Manufactur dari <i>Indian and Multi Cuisine Products</i> . juga supplier dari <i>Airlines and Flight Catering Services</i>
Bowman Ingredients <i>www.bowmaningredients.co.uk</i>	Manufacturer halal dengan nama Blends, adonan kue and mantel dari produk unggas
Brambles Foods Limited <i>www.brambles.co.uk</i>	Manufacturer dari berbagai jenis sandwich
The Brecks Co. Ltd <i>www.brecksfood.com</i>	Manufactur and supplier bahan-bahan cereal
Burton's Foods <i>www.burtonsfoods.com</i>	Manufactur roti kadet, kue cookies, tablet coklat and <i>Jammie Dodgers</i>
Nama	Deskripsi/ Layanan
Cereform EUR Ltd <i>www.cereform.com</i>	Manufacturer halal dengan nama bakery ingredients
Chemviron Carbon Limited <i>www.chemvironcarbon.com</i>	Manufacturer dari Activated Carbon
Crown Chicken Ltd <i>www.crownchicken.co.uk</i>	Unggas segar dan potongan-potongannya
Cutisin s.r.o	Manufacturer dari Edible Collagen Food casings and non-edible food casing
Dairy Crest Limited <i>www.dairycrest.co.uk</i>	Manufactur dari Halal Clover and Country life spread (asin & tidak asin)
Dairy Produce Packers Ltd <i>www.kerry.ie</i>	Manufacturer dari berbagai jenis keju
De Monchy Aromatics Limited <i>www.demonchyaromatics.com</i>	Processor dari Essential Oils and Aromatic Chemicals
Devro Scotland Ltd	Manufactur dari halal collagen food casings
Dibs Distribution Ltd	Pemotongan ayam dan portioning plant
Direct Poultry Supply Ltd	Supplier dari unggas halal dan potongannya
Domino's Pizza Group Ltd	memproses dan menyiapkan berbagai jenis pizza halal pada Hall Green - Birmingham store only
Domnik Hunter Ltd <i>www.domnickhunter.com</i>	Distributor dari water filters
East Balt Guenther Bakeries <i>www.ebgbakeries.co.uk</i>	Manufacturer dari berbagai jenis Bun and Muffin (jenis kue)

EBI Foods LTD	Campuran bahan makanan, termasuk food coatings and stabiliser
Edlong (Europe) Dairy Flavours www.edlong.com	Produsen and processor dari berbagai jenis Dairy Flavours (yoghurt, cream asam, mentega, keju dengan berbagai jenis, toffee, karamel dan susu)
Ensors of Gloucestershire www.ensors-ltd.co.uk	Pemotongan dan pengepakan plant untuk unggas, ovine and bovine meat (daging sapi)
Esterchem Limited www.esterchem.co.uk	Manufacturer dari Halal Esters (of fatty acids) untuk industri makanan
European Freeze Dry Ltd www.europeanfreedry.com	Processor dari <i>Frozen Dried Ingredients and Meals</i> .
Nama	Deskripsi/ Layanan
Faccenda Group	Rumah potong dan pemotongan Plants untuk unggas
Express Cuisine Limited www.expresscuisine.co.uk	Processor dari makanan dingin, open & closed Sandwiches dan Ready Meals
First Milk Cheese Co. Limited www.firstmilk.co.uk	Processor dari bubuk laktosa dan cairan konsentrat gandum
Food Partners Ltd (Heathrow, Kilmarnock, Park Royal) www.foodpartners.co.uk	Manufactur dari berbagai jenis <i>open and closed sandwiches</i>
Frank Bird Limited	Rumah potong unggas, supplier of fresh, ayam utuh dan bagian ayam dalam bentuk dingin dan beku
Frutarom (UK) Limited www.uk.frutarom.com	Produsen dari berbagai jenis perasa
Galam Ltd	Produsen dan supplier dari Crystalline Fruktosa, Glukosa and berbagai jenis Food Starches
Gazebo Fine Foods	Manufacturer dari oreital segar, dingin & produk etnik yang lezat.
GlaxoSmithKline www.gsk.com	Malted food drinks, including a wide range of 'Horlicks' and chocolate food drinks
Global Food Supplies Ltd	Distributors dan supplier dari berbagai jenis penekuk (semacam serabi) dan muffin

Greatview Ltd t/a Great Food www.greatfood.org.uk	Makanan oriental dingin dan beku, <i>smoked sausages</i> dan ikan
Grosvenor Fresh Foods Ltd www.grosvenorfreshfoods.co.uk	Supplier dari daging sapi halal dan unggas untuk sekolah, rumah sakit, dan penjara
Handa Fine Chemicals Ltd www.handa.fc.com	Manufactur of Halal Propolis Products
HCS Ltd www.citroxx.com	Produk pembersih dan bahan-bahan . organic disinfectants, cairan pensterilisasi, <i>food sprays</i> , gel tangan & sabun
Hermolis & Co. Limited www.hermolis.com	Caterers and processor dari ready meals and airline meals
HERO ESPAÑA S.A. www.hero.es	Makanan lezat untuk bayi dan <i>desserts</i> (botol dan karton) dibawah <i>Boots label</i>
Hilton Meats Retail Ltd www.hiltonmeats.co.uk	<i>Portioning</i> dan pengepakan plant dari <i>ovine meat</i> (domba) dalam merek <i>Shahada Brand</i>
Nama	Deskripsi/ Layanan
Jack Brand Ltd	Rumah potong ayam dan distributor ayam dan <i>chicken portions</i>
Jamaican Patties Ltd www.portroyalpatties.co.uk	Manufactur dari Patties halal (semacam kue pastel) dengan berbagai jenis isi (daging sapi, sayuran dan lain-lain)
Hosokawa Micron Ltd www.hmluk.hosokawa.com	Processors & Suppliers of variety of halal garam potassium (E950)
Jardox Limited www.jardox.com	Manufactur of Stocks, Soup bases, Sauce bases, Marinade's and Powder blends
Kellogg's Supply Services (Europe) Ltd www.kellogg.com	Manufactur of a wide range of brand named cereal and snack products
Kerry Ingredients (Ireland) Ltd www.kerry.ie	Manufactur dari halal <i>Gum Arabic</i>
Kerry Ravifruits (France) www.kerry.ie	Manufactur/ distributor buah segar dan beku coulis, IQF dan konsentrat buah.
Khan's Restaurant	Asian and oriental restaurant
Kinnerton (Confectionary) Co. Limited www.kinnerton.com	Manufactur dari Halal Ramadan chocolate countdown calendar
Kitchen Range Foods Ltd www.kitchenrangefoods.co.uk	Manufactur dari berbagai macami makanan beku, donat, burgers sayur-sayuran, waffle

	kentang, <i>onion rings</i>
Kolak Snack Foods www.kolak.co.uk	Manufactur of a variety of flavoured potato crisps
Lionel Hitchen (Essential Oils) Ltd www.lhn.co.uk	Manufactur of a variety of Essence of oils, Oleoresins, extracts and flavourings
Lofthouse of Fleetwood Limited www.fishermansfriend.co.uk	Manufactur of Fisherman's Friend Lozenges
Lycored Limited www.eu.lycored.com	Manufactur dari bahan kimia halal , nutrisi , vitamin & Minerals Oils
Macphie Ltd www.macphie.com	Manufacturer saus, marinade, sup dan mentega. (supplier khusus untuk penerbangan)
Marlow Foods Limited	Manufactur of Halal Quorn range of Products
MARS Food Europe	Manufactur dari berbagai jenis <i>Dolmio and Uncle Ben's sauces</i>
MARS Snackfoods UK www.mars.com	Manufactur dari <i>halal approved Galaxy</i> (plain) and Minstrels only
Mastertaste Nama	Manufacturer dari berbagai jenis perasa Deskripsi/ Layanan
McCain Foods (GB) Ltd www.mccain.co.uk www.mastertaste.com	Manufactur and distributor speciality chips (digoreng) untuk makanan & indusutri catering
Melton Meat Limited	Rumah potong dan pendistribusian daging domba dan kambing
McDonald's Restaurants Ltd www.uk.mcd.com	Produk yam halal hanya pada <i>Southall Restaurant.</i>
Mrs. Gill's Kitchen www.mrsgillskitchen.com	Manufactur dari daging sapi dingin dan beku dan produk sayur-sayuran
Muntons Plc www.muntons.com	Produsen dan distributor dari ekstrak malt dan bahan-bahan malted.
Nature's Lab Ltd	Manufactur of Halal Propolis (Capsules & Tablets etc)
Omega Ingredients www.omegainingredients.co.uk	Manufactur dari ekstrak khusus, aroma alami kimia, minyak esensial organik, jus dan campuran untuk insustri makanan.
Overseal Natural Ingredients Ltd www.overseal.com	Manufactur dari pewarna makanan alami , <i>natural hinotes</i> dan <i>extracts & talin</i>

Oxford chemicals Ltd	Manufactur dari perasa makanan kimia and industri minyak wangi
PAS (Grantham) Limited www.pas-grantham.co.uk	Processor dari chips dan produk-produk kentang
PassionLeaf www.passionleaf.com	<i>Unique, refreshing</i> and jus buah Bouquets' untuk segala cuaca, dibuat dari buah-buahan alami
Pasta King (UK) Ltd www.pastaking.co.uk	Supplier dan distributor dari berbagai jenis saus pasta
Pembrokeshire Meat Company 2008 Ltd	Rumah potong domba dan kambing.
Polynt UK Ltd	Manufactur & distributor dari <i>intermediate and speciality chemicals</i>
Premier Foods Ltd	Manufactur dari <i>Halal Quorn and Cauldron range of Products</i>
Principle Healthcare www.principlehealthcare.com www.halal-vitamins.co.uk	Packers dan distributor dari tablet <i>Healthcare</i> , kapsul dan lainnya
Raj Foods Ltd www.rajfoods.com	Processor dan catering dari berbagai jenis kare dan masakan oriental.
Randall Parker Foods www.randallparkerfoods.com	Rumah potong <i>ovine</i>
Nama	Deskripsi/ Layanan
Regency Mowbray Company Ltd www.regencymowbray.co.uk	Produsen dari coklat , buah dan saus gula, <i>emulsifier/ stabiliser</i>
Rockwood Additives Ltd www.rockwoodadditives.com	Manufacturer dari silica chemicals digunakan dalam pemerosesan kosmetik dan pasta gigi.
Randall Parker Foods www.randallparkerfoods.com	<i>Portioning</i> , pemaketan dan pendistribusian daging domba
Romford Halal Meats Ltd www.romfordhalalmeat.com	Rumah potong , distributor dari daging domba halal dan daging sapi
RWM Dorset Ltd	Rumah potong domba untuk rumah tangga & pasar ekspor
Sainsbury plc	Retailer of approved halal poultry and lamb. (Participating stores only)
Safy Impex t/a Spice Time www.spicetime.co.uk	Manufacturer dari halal <i>Indian cuisine and variety of dishes</i>
Salisbury Poultry	<i>Portioning and distributing</i> dari unggas

www.salisburypoultry.co.uk	halal dan poultry portions
Sandwell Foods Ltd	Produsen of <i>Fresh Chilled & Frozen & Marinated unggas and Poultry Portion & domba dan Lamb Portion</i>
Savelle Sandwiches Ltd www.savellesandwiches.co.uk	Processor and distributor berbagai jenis daging dan sandwiches vegetarian
Sensient Flavors Wales Ltd	Manufacturer dari a wide range of savoury flavourings, protein sayur-sayuran, dan <i>flavour enhancers</i>
Sharplook Ltd t/a BeeBio www.beebio.co.uk	Manufacturer dari halal propolis
2 Sisters Food Group Ltd	Penpotongan , <i>portioning & distributing</i> unggas dengan merek 'Shahadah' dari <i>Letham site</i>
Solbar Hatzor Ltd	produsen dari kedelai, protein kedelai dan pemprosesn produk kedelai.
Solgar UK Ltd www.solgar.com	Procurer, processors and suppliers of herbs, minerals & vitamins
SVZ International BV	Manufactur dari konsentrat buah-buahan dan sayuran {jus dan <i>purees</i> (sup yang kental)}
Tangerine Confectionery Ltd	Processor dan produsen dari <i>marshmallows</i> , berbagai jenis gula-gula bonbon dan toko pembuat gula-gula halal
Nama	Deskripsi/ Layanan
Treats and Snax Ltd www.treatsandsnax.com	Manufacturer dari <i>chilled samosas, spring rolls, sausages</i> dan pasta
Ungerer Limited www.ungerer.co.uk	Manufacturer dari berbagai jenis perasa
Unilever Best Foods Ltd (Burtons Plant only) www.unilever.com	Produsen dari bubuk ragi dan produk ragi - <i>Yesta brands. Bovril and Marmite</i>
Tinseltown Caterers Ltd www.tinseltown.co.uk	Manufactur sayap ayam halal, <i>burgers</i> , steak domba , irisan dan lain-lain
V 8 Gourmet Restaurants Ltd www.tiffinbites.com	<i>Oriental Cuisines, Curries, Finger Snacks, Meat Pies, Samosas</i> dan <i>Kebab</i> untuk <i>wholesale</i> dan <i>retail</i>
Welsh Country Foods Ltd	Rumah potong dan mendistribusikan potongan domba halal dan <i>bovine portions</i>

	(sapi)
Westbury Dairies Limited www.westburydairies.com	Processor dari susu segar , susu beku, susu skimmed , <i>Bulk Pasteurized Cream</i> dan mentega(asin, tidak asin dan lactic)
Westler Foods Ltd	Manufactur berbagai jenis kaleng, kemasan <i>pouch</i> dan makanan halal beku
Winstones Ice Cream Ltd www.winstonesicecream.co.uk	Manufacturer dari berbagai jenis ice crem
Witwood Food Products	Processor of Batters, Breadings and Marinades
Wyke Farms Limited www.wykefarms.com	Processor dari keju cheddar dan Permeate

Updated 11th March 2009

©Halal Food Authority 2006

Diolah dari : <http://www.halalfoodauthority.co.uk/man.html>. 8 April 2009

Dari tabel tersebut di atas terlihat bagaimana bervariasinya produk halal yang diproduksi oleh berbagai perusahaan manufaktur, dan ini mengindikasikan kalau dengan adanya pembatasan dalam permintaan suatu jenis barang, tidak menghalangi perkembangan perekonomian modern, sehingga dalam perekonomian modern terdapat diferensiasi-diferensiasi produk yang sangat menguntungkan bagi produsen.

C. Fungsi Permintaan Terikat

Permintaan terikat dalam ekonomi Islam merupakan sebuah permintaan yang mempunyai nilai terikat, nilai ini akan mempengaruhi setiap keputusan yang diambil oleh seorang konsumen

Sesuai dengan poin yang telah diungkapkan sebelumnya , bahwa yang dapat merubah pola permintaan adalah sebagai berikut :

- a. Harga komoditi itu sendiri

- b. Rata-rata penghasilan rumah tangga
- c. Harga komoditi yang berkaitan
- d. Selera
- e. Distribusi pendapatan diantara rumah tangga
- f. Besarnya populasi
- g. Daya beli terhadap komoditi (kondisi khusus)
- h. Kepercayaan
- i. Masalah

Sehingga didapat fungsi permintaan terikat sebagai berikut :

$$Q_{dh,t} = f(P_{h,t}, \Delta Y_t, P_{y,t}, S_t, DY_t, P_{u,t}, D_{b,t}, T_t, M_t)$$

Diketahui : $Q_{dh,t}$ = Jumlah komoditi halal yang diminta dalam periode t

$P_{h,t}$ = Harga komoditi halal dalam periode t

ΔY_t = Rata-rata penghasilan rumah tangga dalam periode t

$P_{y,t}$ = Harga komoditi yang berkaitan dalam periode t

S_t = Selera konsumen dalam periode t

DY_t = Distribusi pendapatan dalam periode t

$P_{u,t}$ = Besarnya populasi.dalam periode t

$D_{b,t}$ = Daya beli komoditi (kondisi khusus) dalam periode t

T_t = Kepercayaan atas komoditi dalam periode t

M_t = Masalah atas produk dalam periode t

Dari kesembilan variabel tersebut di atas, yang merupakan variabel eksogen (bebas) adalah P_h, t sedang yang lain adalah variabel endogen (tetap)

$$Q_h = f(P_h)$$

Diketahui : Q_h = Kuantitas barang halal yang diminta

P_h = Harga barang yang halal.

Kemudian persamaan tersebut di atas di substitusikan ke persamaan garis (PG) yang dapat dituliskan sebagai berikut :

1. $y = mx + c$, dengan m menyatakan gradient. Kemiringan :

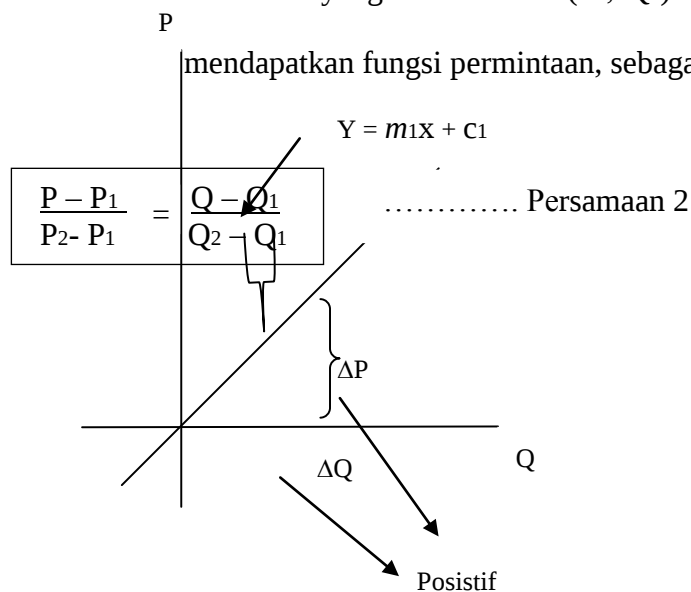
$$m = \frac{\text{Perubahan vertical}}{\text{Perubahan horizontal}} = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

2. Sehingga menjadi $Q_h = mP_h + c$, dengan m menyatakan gradient. Kemiringan :

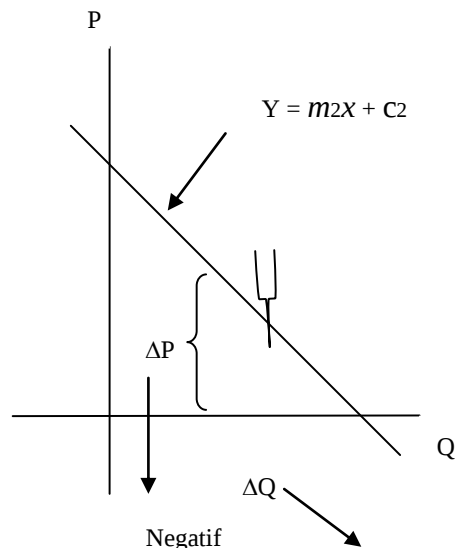
$$m = \frac{\text{Perubahan vertical}}{\text{Perubahan horizontal}} = \frac{\Delta P_h}{\Delta Q_h}$$

Didapat $(Q - Q_1) = m(P - P_1)$, untuk PG yang melalui titik (P_1, Q_1) dan bergradien m Persamaan 1

Kemudian untuk PG yang melalui titik (P_1, Q_1) dan (P_2, Q_2) didapat rumus untuk



Gambar 2.0



Gambar 2.1

Limit Kiri = { 0 ; 0,1 ; 0,2 ; 0,3 ; 0,4 ; 0,5 ; 0,6 ; 0,7 ; 0,8 ; 0,9 ; 1 }

Kemudian persamaan :

$$Q_h = f(P_h)$$

Disubstitusikan ke dalam bentuk persamaan linier . bentuk umum persamaan linier $fx = ax+b$, diketahui a dan b adalah konstanta fungsi linier, sehingga didapat :

$$Q_h = a - bP_h$$

Diketahui : Q_h = Jumlah produk halal yang diminta

P_h = Harga produk halal

a dan b = Parameter

D. Permintaan Sementara

Secara matematis, permintaan sementara dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\lim_{h \rightarrow 1} f(h) = 1$$

$$h \rightarrow 1$$

$$\lim_{m \rightarrow 0} g(m) = 0$$

$$m \rightarrow 0$$

Diketahui $f(h)$ adalah fungsi dari h dan $g(m)$ adalah fungsi dari m.

Diketahui :

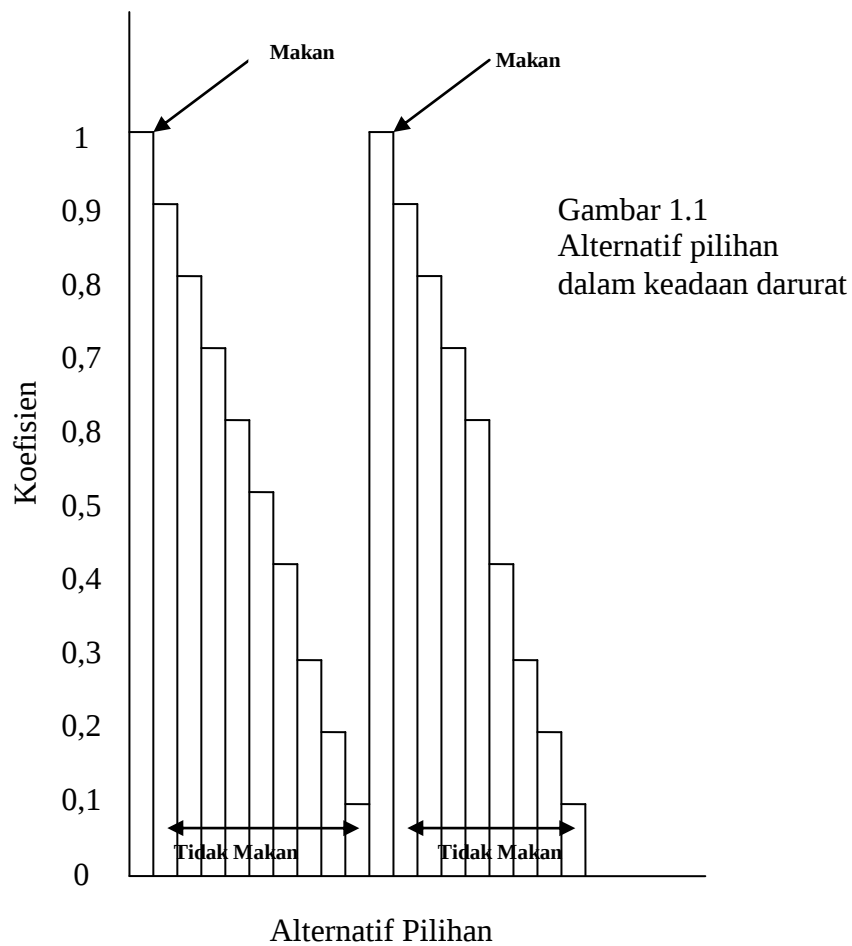
$$\text{Limit hidup} = 1$$

$$\text{Limit mati} = 0$$

$$\text{Limit Kiri} = \{ 0 ; 0,1 ; 0,2 ; 0,3 ; 0,4 ; 0,5 ; 0,6 ; 0,7 ; 0,8 ; 0,9 ; 1 \}$$

$$\text{Limit kanan} = \{ 1 ; 0,9 ; 0,8 ; 0,7 ; 0,6 ; 0,5 ; 0,4 ; 0,3 ; 0,2 ; 0,1 ; 0 \}$$

$$\text{Limit Kiri} = \{ 0 ; 0,1 ; 0,2 ; 0,3 ; 0,4 ; 0,5 ; 0,6 ; 0,7 ; 0,8 ; 0,9 ; 1 \}$$



Gambar 1.1
Alternatif pilihan
dalam keadaan darurat

Dari *chart* di atas terlihat perbandingan koefisien seorang yang tidak menemukan makanan yang halal, misalnya dalam keadaan tersesat di hutan, pada awalnya ia mempunyai koefisien 1, namun lama-kelamaan ia mencari makanan yang halal, tetapi tidak ia dapatkan, sehingga koefisiennya semakin menurun, hingga mencapai batas maksimum, yakni 0,1. dalam keadaan ini ia diharuskan untuk memakan makanan, apapun juga yang ia temukan, sehingga koefisiennya kembali menjadi 1.

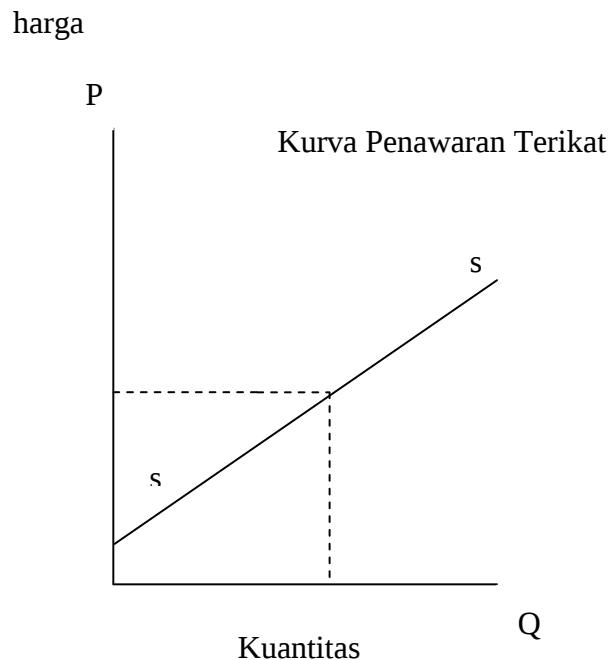
Keadaan ini akan terus berlanjut, sehingga ia sudah tidak dihukumkan berada dalam keadaan darurat lagi.

Penerapan limit tersebut di atas dapat juga diaplikasikan pada bidang yang lain (misalnya jasa) , namun seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, skripsi ini hanya membahas mengenai permintaan barang.

E. Hukum Penawaran Terikat

Prinsip dasar *ma'ad* melahirkan sebuah hipotesa : “*sebuah kondisi tertentu yang secara umum produsen adalah orang yang beriman, sehingga dalam persepsinya barang yang diproduksii hanyalah barang yang halal serta mengandung unsur maslahah. sedangkan barang haram tidak diproduksi.* Hipotesa ini dinamakan dengan hipotesa nilai terikat.

Variabel yang digunakan dalam hipotesa ini adalah harga (P) dan kuantitas (Q). karena kedua variabel ini bersifat tetap.



Gambar 2.3

Gambar 1.0 adalah kurva Penawaran Islam dengan asumsi nilai terikat sehingga mengakibatkan jumlah barang yang diminta sebanding dengan tingkat harga, oleh karenanya kemiringannya positif.

Oleh karena hal tersebut di atas, maka hal pertama yang mempengaruhi pola penawaran produsen adalah berdasarkan kehalalan dan masalah barang tersebut. Dalam teori konvensional terdapat variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kuantitas barang yang diminta, antara lain sebagai berikut²:

- a. Harga komoditi itu sendiri
- b. Harga-harga masukannya
- c. Tujuan perusahaan
- d. Tahap perkembangan teknologi.

Kemudian diubah ke dalam bahasa matematika, sehingga didapat variabel sebagai berikut :

$$Q_{dh,t} = f(P_{h,t}, P_{y,t}, T_p, T_t, M_t)$$

Diketahui :

$Q_{dh,t}$ = Jumlah komoditi halal yang diminta dalam periode t

$P_{h,t}$ = Harga komoditi halal dalam periode t

$P_{y,t}$ = Harga komoditi yang berkaitan dalam periode t

T_p = Tujuan perusahaan dalam periode t

T_t = Tahap perkembangan teknologi dalam periode t

² Ibid, h. 89

M_t = Masalah dalam periode t

Dari kelima variabel tersebut di atas, yang merupakan variabel eksogen (bebas) adalah $P_{h,t}$ sedang yang lain adalah variabel endogen (tetap)

Sehingga didapat :

$$Q_h = f(P_h)$$

Diket : Q_h = Kuantitas barang halal yang diminta

P_h = Harga barang yang halal.

Dengan cara yang sama didapat rumus untuk menentukan fungsi penawaran, yakni sebagai berikut :

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1}$$

Kemudian persamaan ini dimasukkan ke dalam bentuk persamaan linier . bentuk umum persamaan linier $fx = ax+b$, diketahui a dan b adalah konstanta fungsi linier, sehingga didapat fungsi penawaran, sebagai berikut :

$$Q_h = a + bP_h$$

Diketahui : Q_h = Jumlah produk halal yang diminta

P_h = Harga produk halal

a dan b = Parameter

F. Efek Sertifikasi Halal

1. Meningkatkan kegiatan Perekonomian

Dengan berakhirnya masa kekhalifahan Islam, secara tidak langsung berakibat pada kehidupan umat Islam sendiri, permasalahan-permasalahan ekonomi menjadi tugas masing-masing negara Islam. Oleh karena itu dibentuklah berbagai badan yang menangani produk makanan halal.

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritasnya beragama Islam, oleh karenanya untuk mengakomodir tuntutan akan produk makanan yang halal, karena dalam dunia global saat ini barang yang beredar di pasaran tidak semuanya halal, lantaran produsen makanan tersebut tidak hanya orang Islam saja, orang non Muslim juga, bahkan lebih banyak non Muslim.

Untuk hal tersebut, maka dibuatlah diferensiasi atas barang, yakni dengan mencantumkan logo halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang diproses melalui badan khusus MUI bernama LP-POM³. Dengan adanya diferensiasi ini, maka akan mempengaruhi pilihan seorang konsumen Muslim.

Barang yang sudah mempunyai logo halal akan terjamin kehalalannya, sedang yang tidak belum terjamin, atau dengan kata lain bersifat subhat, akan membuat konsumen Muslim berfikir dua kali sebelum membeli barang tersebut.

³ <http://www.mui.or.id/konten/lppom>. 10 April 2009

Perkembangan kegiatan perekonomian telah membuat banyak negara yang mayoritasnya non Muslim melirik pada konsumen Muslim sebagai konsumen potensial, oleh karenanya terdapatlah berbagai bentuk lembaga yang mengurus sertifikasi halal, misalnya di Inggris terdapat HFA yang mengakomodir tersebut serta berhak memberikan label halal.

2. Memperluas Pasar Ekspor

Perkembangan perekonomian telah membuat perluasan pasar dunia. Beberapa negara telah membuka peluang untuk ekspor makanan yang halal dan *tayyibah*. Negara-negara yang menerima produk halal sudah sangat banyak, khususnya bagi negara Islam sendiri seperti Malaysia, Mesir, Arab Saudi kemudian juga negara-negara Eropa seperti Jerman, Perancis dan Belanda sudah membuka peluang terhadap pasar ekspor⁴

Penetrasi pasar halal ini membuat stimulus terhadap pertumbuhan industri makanan halal, karena pasar yang bersedia menerima barang halal tersebut sudah ada.

Hal ini merupakan sebuah hal yang mengembirakan, karena dengan tumbuhnya industri halal, maka akan semakin meningkatkan pertumbuhan sektor

Industri negara-negara Muslim. Karena dari sinilah sebagian besar produk makanan halal berasal.

Apabila kondisi ini terus berkembang, maka pasar halal akan terus meluas, hingga menjangkau seluruh dunia.

G. Mekanisme Pasar

⁴ Informasi mengenai negara-negara yang telah membuka peluang pasar produk halal dapat dengan mudah ditemukan di *website*

Dalam kegiatan perekonomian modern yang kompleks dengan berbagai permasalahan, hingga menuntut kebijakan yang dijalankan harus menguntungkan, hal ini lantaran kebijakan yang dibuat tersebut tidak mempunyai landasan pokok dalam menetapkan garis besar kebijakannya. Tidak mengherankan kalau timbul berbagai ketidakseimbangan antara satu dengan yang lainnya, sistem yang ada dibangun berdasarkan kebebasan bertindak, contoh kecil adalah produsen memproduksi barangnya tidak berdasarkan kualitas yang semestinya, karena dalam pemikiran produsen adalah untuk memaksimalkan laba dan yang dirugikan adalah konsumen sebagai pengguna akhir.

Oleh karenanya, dalam kajian ekonomi Islam, telah disepakati prinsip-prinsip dasar yang bisa dijadikan pegangan dalam merumuskan sebuah kebijakan. Baik dalam sebuah perusahaan maupun pemerintahan Islam sebagai cakupan yang lebih luas.

Prinsip-prinsip yang menjadi pegangan tersebut terbagi menjadi lima, antara lain sebagai berikut⁵ :

1. Tauhid (Kesatuan)
2. *'Adl* (Keadilan)
3. *Nubuwwah* (sifat Nabi)
4. *Khilafah* (Pemerintahan)
5. *Ma'ad* (Hasil/return)

Dengan adanya prinsip-prinsip tersebut di atas, arah kebijakan yang dijalankan oleh suatu perusahaan atau pemerintahan Islam akan terarah. Sehingga semua kebijakan

⁵ Adiwarman, *op.cit*, h.17 (dengan sedikit perubahan)

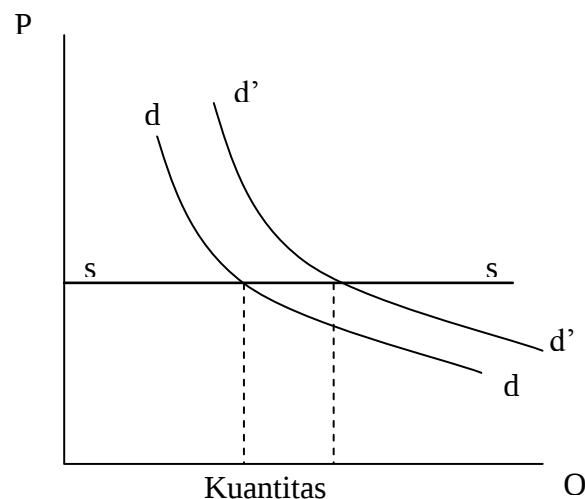
yang akan dijalankan mengacu pada *maqashid syariah* (tujuan-tujuan Syariah), yakni memelihara akal, jiwa, agama, kehormatan dan harta

1. Manipulasi Permintaan

Dalam kegiatan perekonomian yang menganut sistem kapitalis, beberapa produsen akan cenderung melakukan hal yang tidak sesuai dengan prinsip kejujuran. Dan tujuan utama produsen tersebut adalah untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin.

Cara yang sering dilakukan oleh produsen adalah dengan cara memanipulasi permintaan konsumen. Produsen akan menggunakan data statistik yang direkayasa. Data statistik ini kemudian digunakan untuk promosi penjualan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik.

Promosi ini dibuat dengan sedemikian rupa, sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan produsen tersebut. Misalnya iklan sebuah produk pencuci pakaian, pada iklan tersebut dikatakan kalau produk ini sudah digunakan oleh jutaan orang di seluruh wilayah.



Gambar 2.4

Produsen berharap agar dengan cara ini dapat meningkatkan permintaan terhadap produk yang dihasilkannya dan akan meningkatkan keuntungan, hal ini berdampak pada persepsi konsumen terhadap barang yang diproduksi produsen tersebut. Merubah kurva permintaan bergerak ke arah kanan secara sejajar (dari d ke d' pada gambar 2.4).

Dalam kenyataannya manipulasi permintaan ini cukup berhasil untuk meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut, ini adalah salah satu dampak negatif dari penerapan ekonomi kapitalis yang bebas nilai.

Bagaimana dengan prinsip kejujuran dalam hal ini?. Ekonomi Islam memandang hal ini sebagai sebuah penipuan yang merupakan sebuah cara penjualan yang dilarang, berpura-pura kalau barang tersebut banyak diminta oleh konsumen, bukan tidak mungkin kalau barang tersebut nantinya akan akan membuat kerugian terhadap konsumen yang menggunakannya.

2. Penurunan Permintaan Suatu Komoditas

Resesi atau kelesuan merupakan sebuah kondisi yang mengakibatkan menurunnya produksi dalam suatu wilayah, yang disebabkan oleh siklus ekonomi yang terjadi secara periodik.

Resesi yang dihadapi oleh berbagai negara di dunia yang mencak pada akhir tahun 2008, telah membuat berbagai sektor yang terkait ikut terkena imbasnya, hal ini merupakan karakteristik dari sistem ekonomi kapitalis.

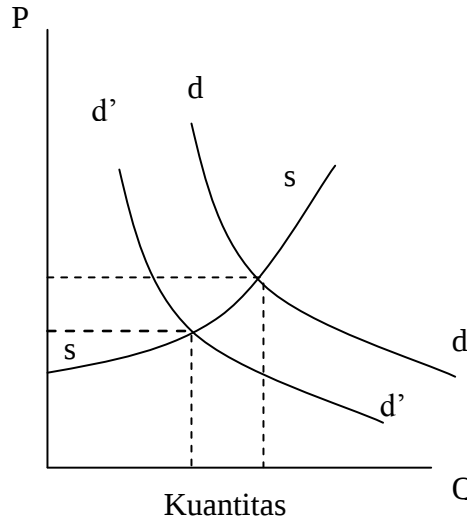
Hal tersebut disebabkan oleh ketidakseimbangan antara sektor riil (pasar barang) dan sektor non riil (perbankan, asuransi, pegadaian dan sejenisnya). Pasar non riil terus tumbuh dan berkembang secara pesat, namun tidak diiringi dengan pertumbuhan sektor riil. Akibatnya dana yang dimiliki oleh sektor riil melebihi batas dan tidak bisa langsung diserap oleh sektor riil secara langsung, hingga menyebabkan kelesuan dalam sistem perekonomian.

Dampaknya juga dirasakan oleh sektor riil, misalnya permintaan kelapa sawit yang menurun secara drastis, karena kesulitan keuangan sistem ekonomi dunia. Oleh karena resesi tersebut kurva permintaan sawit bergerak ke bawah (dari D ke D'), kurva ini berlawanan dengan hukum permintaan yang berupa sebuah hipotesis : *makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan barang tersebut.*⁶

Kalau harga turun semestinya akan menambah jumlah permintaan, namun dalam hal ini malah mengurangi daya beli produsen, padahal kuantitas barang tetap, tidak terjadi surplus hasil perkebunan karet.

⁶ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005), h.76

harga



Gambar 2.5

Akibat

mengakibatkan pendapatan yang akan diterima oleh para petani sawit, mengalami penurunan yang drastis, dan banyak petani sawit yang mengalami kerugian akibat biaya pemeliharaan tidak sebanding dengan harga jual kelapa sawit.

3. Manipulasi Kualitas Barang

وَعَنْهُ قَالَ: (نَهَى صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجَشِ) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

Ibnu Umar Radliyallaahu ‘anhu berkata :

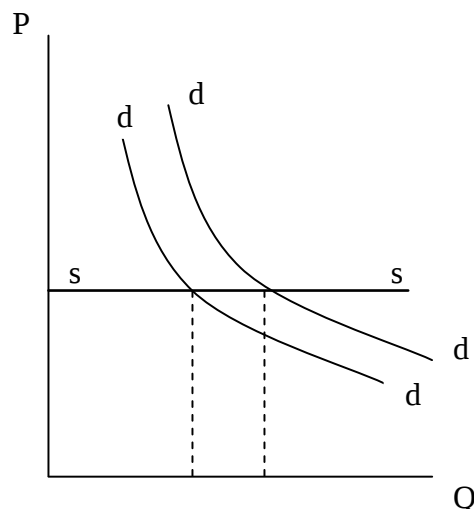
Artinya : “*Rasulullah Shallallāhu ‘alaihi wa Sallam melarang berjualan dengan najasyi (memuji barang dagangan secara berlebihan).*” (Muttafaqun Alaihi).⁷

Hadits tersebut di atas menggambarkan tentang bagaimana seorang penjual memuji barang dagangannya dengan berlebih-lebihan, padahal tidak sesuai dengan kualitas barang tersebut dan dalam perekonomian modern, aktivitas tersebut dilakukan dengan cara promosi atau iklan

Produsen yang memproduksi suatu jenis barang, anggaplah barang A. Produsen sebenarnya tahu akan kualitas barang yang diproduksinya . namun hal tersebut ditutupi, anggaplah kualitas barang yang benar diproduksi adalah sekitar 80 % (dalam skala 100%), namun dalam hal promosi, yang disampaikan kepada konsumen adalah kualitas yang sekitar 100 % .

Produsen melakukan hal ini untuk menaikkan minat konsumen terhadap barang yang diproduksinya, dengan asumsi kalau minat terhadap barang tinggi, maka akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut. Kurva permintaan akan bergerak ke kanan secara sejajar.

harga



Gambar 2.6

Cara tersebut di atas sering dilakukan oleh sebagian produsen untuk menaikkan volume penjualan, bagaimanakah cara seperti ini dalam pandangan ekonomi Islam? .Ekonomi Islam memandang kalau cara seperti ini dilarang, karena konsumen akan

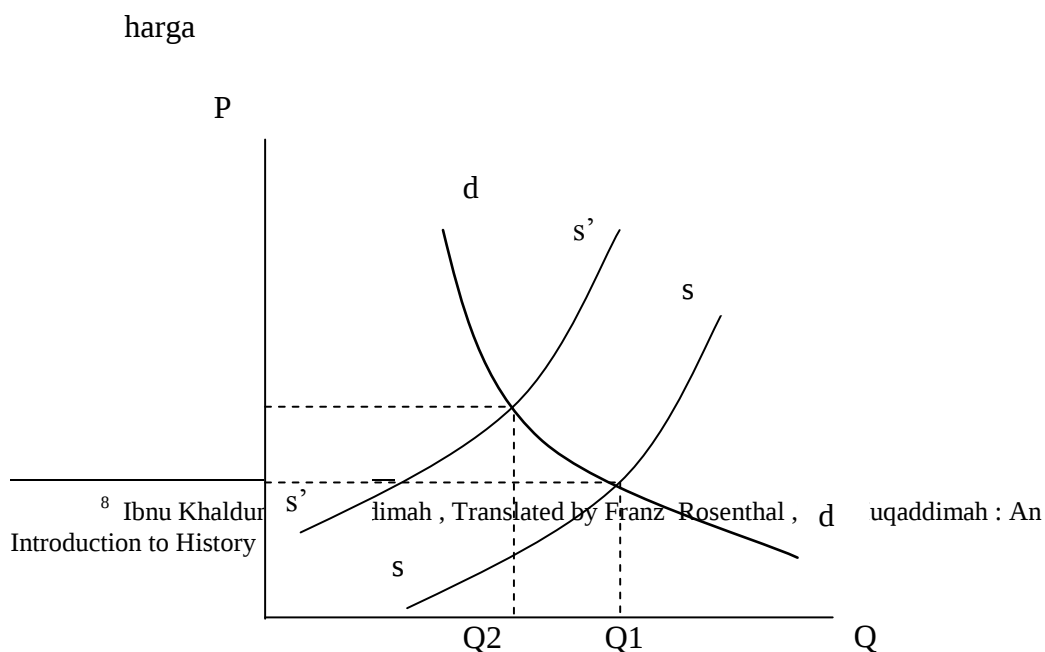
dirugikan lantaran barang tersebut tidak sesuai dengan kualitas yang dinyatakan oleh produsen.

4. Kenaikan harga barang

*When goods are few and rare, their prices go up. On the other hand, when the country is near and the road safe for traveling, there will be many to transport the goods. Thus, they will be found in large quantities, and the prices will go down.*⁸

“(Saat barang-barang sedikit dan langka, maka harganya akan naik. Dalam hal lain. Ketika negeri tersebut dekat dan jalanannya aman untuk dilalui. Hal tersebut akan banyak transportasi barang. Demikian, barang-barang akan ditemukan dalam jumlah yang banyak, dan harganya akan turun.)”

Pernyataan tersebut di atas merupakan pernyataan dari Ibnu Khaldun, mengenai kenaikan harga. Saat barang-barang sedikit dan langka, maka harga akan naik, kemudian saat barang berjumlah banyak, maka harga akan turun. ini adalah pernyataan yang rasional dan konsep ini masih digunakan dalam perekonomian modern ini.

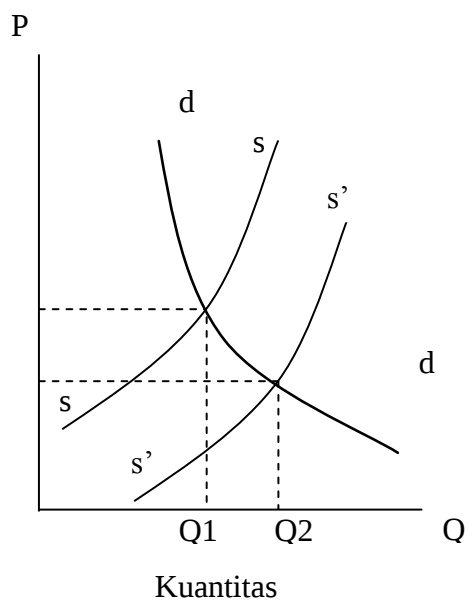


Gambar 2.7

Kuantitas

Gambar di atas merupakan pola pergeseran permintaan dan penawaran, kondisi awal adalah saat normal Q_1 , yakni pada saat (s) . kemudian saat barang langka $Q_2(s')$, maka akan menggeser kurva penawaran ke arah kiri atas.

harga



Gambar 2.8

Sebaliknya apabila terjadi kelebihan kuantitas barang, maka akan mengurangi harga barang. Terlihat pergeseran titik kurva permintaan dan penawaran dari (s) ke (s').

Lalu timbul pertanyaan? Siapakah yang lebih dahulu menemukan faktor yang menyebabkan kenaikan harga? Apakah Ibnu Khaldun ataukah ekonom Kapitalis?

Kalau dari segi analisis sejarah, jelaslah Ibnu Khaldun yang menemukan konsep tersebut. Namun dari buku-buku karangan ekonom kapitalis, merekalah yang menemukannya. Hal inilah yang sangat disayangkan dari umat Islam, karena karya-karya klasik terdahulu terkubur bersama dengan tenggelamnya peradaban Islam, tradisi penelitian sangat jarang dilakukan, hanya pada awal abad ke dua puluh saja penelitian tentang pemikiran-pemikiran ilmuwan klasik Islam dilakukan, diantaranya oleh Muhammad Iqbal.. Sehingga dibutuhkan waktu yang relatif lama untuk mengungkapkan semua pemikiran para pendahulu tersebut.

5. Keseimbangan harga

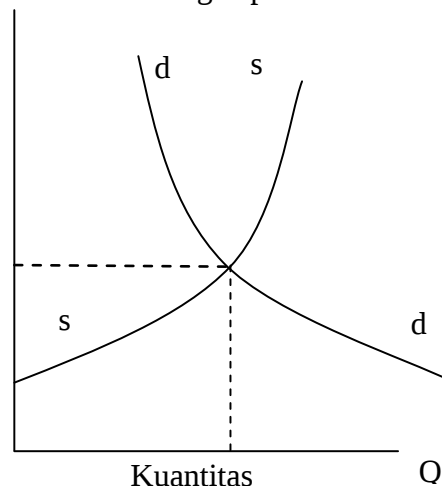
Dalam kajian ekonomi konvensional, harga dikatakan seimbang apabila :

$$\boxed{D = S}$$

Artinya harga

permintaan sebanding dengan penawaran. Berikut

gambar kurva p keseimbangan pasar.



Gambar 2.9

Gambar tersebut di atas terlihat keadaan seimbang terjadi saat permintaan sebanding dengan penawaran, dan kurva permintaan dan penawaran berada pada titik potong yang sama, sehingga menyebabkan harga berada dalam kondisi yang seimbang.

M. Nejatullah Siddiqi menyatakan dalam bukunya *Recent Work on History of Economic Thought in Islam* :

*“A significant contribution of Ibn Taimiyah is his concept of the ‘price of equivalent’ which forms the basis of ‘reasonable profit’.”*⁹

(Kontribusi yang signifikan dari Ibnu Taimiyah adalah pada konsepnya tentang keseimbangan harga, sehingga terbentuk prinsip ‘keuntungan rasional’)

Keuntungan rasional berarti keuntungan yang didapatkan adalah dalam hal yang wajar, yakni berjalan sesuai dengan mekanisme pasar atau dengan kata lain tidak ada distorsi (gangguan) yang menyebabkan harga naik secara signifikan yang dapat disebabkan oleh penimbunan barang, monopoly perdagangan dan sejenisnya.

6. Penimbunan

Nabi Muhammad SAW bersabda :

⁹ M. Nejatullah Siddiqi, *Recent Work on History of Economic Thought in Islam*, op.cit, h.19

وَعَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِيٌّ)

رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya : "Dari Ma'mar Ibnu Abdullah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah

Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Tidak akan menimbun (barang)

kecuali orang yang berdosa." (Riwayat Muslim)¹⁰

Berdasarkan Hadits tersebut di atas, menimbun barang merupakan hal yang sangat dilarang. Hal ini karena akan merusak harga pasar , sehingga harga barang akan naik drastis dan konsumen sebagai pengguna akhir merasa sangat dirugikan.¹¹

Akan tetapi larangan menimbun tidak secara mutlak, atau dengan kata lain terdapat kondisi tertentu yang dibenarkan menimbun barang. Misalnya dalam kisah Nabi Yusuf . Saat musim panen bahan makanan pokok di stok selama lebih kurang tujuh tahun , sehingga saat terjadi musim paceklik akan mencukupi selama lebih kurang tujuh tahun.¹²

Berdasarkan kedua kondisi yang telah disebutkan di atas, maka pada dasarnya menimbun barang adalah berdasarkan tujuan penimbunan barang. Apabila tujuannya untuk merusak pasar, maka dilarang. Beda halnya jika tujuannya untuk kebaikan, misalnya dalam cerita tersebut di atas, maka dibenarkan untuk menimbun barang.

7. Monopoli

¹⁰ Ibnu Hajar , *Bulughul Maram min adilatil ahkam, op.cit*, Hadits nomor 834.

¹¹ Pembahasan tentang penimbunan barang terdapat pada kitab Ihya 'Ulum ad-Din jilid II oleh Al-Ghazali pada halaman 74 -75.

¹² Kisah ini terdapat dalam al-Qur'an surah Yusuf ayat 47 dan 48.

Kerjasama bidang usaha dibenarkan dalam Islam, namun kerjasama ini bertujuan untuk kemaslahatan, bukan untuk kerusakan. Oleh karena itu ada kerjasama yang dibenarkan, tapi ada juga yang dilarang. Hal ini berdasarkan Hadits sebagai berikut :

وَعَنْ رَجُلٍ مِنَ الصَّحَابَةِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: (عَزَّوْتُ مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَمِعْتُهُ يَقُولُ: النَّاسُ شُرَكَاءُ فِي ثَلَاثٍ : فِي الْكَلَاءِ ، وَالْمَاءِ ، وَالنَّارِ) رَوَاهُ أَحْمَدُ ، وَأَبُو دَاوُدَ ، وَرِجَالُهُ ثِقَاتٌ

Artinya : “Salah seorang sahabat Radliyallaahu 'anhu berkata: Aku berperang bersama Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam dan aku mendengar beliau bersabda: "Orang-orang bersekutu dalam tiga hal: rerumputan, air dan api."(Riwayat Ahmad dan Abu Dawud. Para perawinya dapat dipercaya)¹³

Berdasarkan Hadits tersebut di atas diterangkan bahwa orang-orang bersekutu dalam tiga hal, yakni rerumputan, air dan api. Hal ini merupakan gambaran secara umum aktivitas ekonomi. Secara lebih jelas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Rerumputan, yakni kerja sama terhadap usaha perkebunan, pertanian, dan sebagainya
2. Air, yakni kerja sama terhadap usaha tambak ikan, udang, mutiara, rumput laut, perusahaan air mineral dan sebagainya.
3. Api, yakni kerja sama terhadap usaha yang berhubungan dengan energi panas, misalnya bidang restoran, industri perkapalan, las, reparasi mesin, pabrik-pabrik dan sebagainya.

¹³ Ibnu Hajar , *Bulughul Maram min adilatil ahkam*, op.cit, Hadits nomor 950.

Namun ada hal yang tidak boleh orang bersekutu, yakni apabila bidang usaha tersebut menguasai hajat hidup orang banyak, hal ini untuk menjaga hak orang banyak. Oleh karena itu pemerintah selaku penanggung jawab berhak melakukan monopoli untuk menjaga stabilitas tersebut, misalnya di Indonesia dengan mendirikan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang menangani usaha vital, seperti PDAM, listrik, dan sebagainya.

H. Contoh Perhitungan Elastisitas Permintaan dan Penawaran

1. Suatu jenis produk yang jika harganya Rp 10,- , maka jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 200 unit, sedang bila harganya Rp 7,5,- , maka jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 300 unit

Diketahui :

$$Q_2 = 300$$

$$Q_1 = 200$$

$$P_2 = 7,5$$

$$P_1 = 10$$

$$\begin{aligned} E_D &= \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} \div \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2} \\ &= \frac{300 - 200}{(200 + 300)/2} + \frac{7,5 - 10}{(10 + 7,5)/2} \\ &= \frac{100}{(500)/2} + \frac{-2,5}{(17,5)/2} \end{aligned}$$

$$= \frac{100}{250} + \frac{-2,5}{8,75}$$

$$= \frac{\frac{100}{250}}{\frac{-2,5}{8,75}}$$

$$= \frac{875}{625}$$

$$= 1,4 \text{ (Permintaan Elastis)}$$

2. Suatu jenis barang saat harga 10, jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 4 unit, namun saat harganya menjadi 11, jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 4 unit

Diketahui :

$$Q_2 = 4$$

$$Q_1 = 4$$

$$P_2 = 11$$

$$P_1 = 10$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} + \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$$

$$= \frac{4 - 4}{(4 + 4)/2} + \frac{11 - 10}{(10 + 11)/2}$$

$$= \frac{4}{(8)/2} + \frac{1}{(21)/2}$$

$$= -\frac{0}{4} + \frac{1}{10,5}$$

$$= \frac{\frac{0}{4}}{\frac{1}{10,5}}$$

$$= \frac{0}{4}$$

$$= 0 \text{ (Permintaan tidak elastis sempurna)}$$

3. Beras saat harganya 5000 , jumlah yang diminta adalah sejumlah 500 kg, saat harganya 5.500, jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 494 kg.

Diketahui :

$$Q_2 = 494$$

$$Q_1 = 500$$

$$P_2 = 5500$$

$$P_1 = 5000$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} \div \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$$

$$= \frac{494 - 500}{(494 + 500)/2} + \frac{5.500 - 5000}{(5000 + 5500)/2}$$

$$= \frac{-6}{(994)/2} + \frac{500}{(10.500)/2}$$

$$= \frac{-6}{497} + \frac{-500}{5.250}$$

$$= \frac{\frac{-6}{497}}{\frac{300}{2.609.250}}$$

$$= 0.001 \text{ (Permintaan tidak elastis)}$$

4. Suatu jenis barang harganya Rp 10, jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 10 unit, saat terjadi kenaikan 10 % dari harga asal, yakni menjadi Rp 11, maka jumlah barang turun sebesar 10 %, menjadi 10 unit.

Diketahui :

$$Q_2 = 11$$

$$Q_1 = 10$$

$$P_2 = 11$$

$$P_1 = 10$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} \div \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$$

$$= \frac{11 - 10}{(10 + 11)/2} + \frac{11 - 10}{(10 + 11)/2}$$

$$= \frac{1}{(21)/2} + \frac{1}{(21)/2}$$

$$= \frac{-1}{10,5} + \frac{1}{10,5}$$

$$= \frac{\frac{1}{10,5}}{\frac{1}{10,5}}$$

$$= \frac{10,5}{10,5}$$

$$= 1 \text{ (Permintaan elastis uniter)}$$

5. Suatu jenis barang bila harga 10, jumlah barang yang ditawarkan adalah sejumlah 200 unit, namun saat harganya menjadi 15, jumlah barang yang diminta adalah sejumlah 300 unit

Diketahui :

$$Q_2 = 300$$

$$Q_1 = 200$$

$$P_2 = 15$$

$$P_1 = 10$$

$$E_s = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} \div \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$$

$$= \frac{300 - 200}{(200 + 300)/2} \div \frac{15 - 10}{(10 + 15)/2}$$

$$= \frac{100}{(500)/2} \div \frac{5}{(25)/2}$$

$$= \frac{100}{250} \div \frac{5}{12,5}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{\frac{100}{250}}{\frac{5}{12,5}} \\
&= \frac{1250}{1250} \\
&= 1 \text{ (Penawaran elastis uniter)}
\end{aligned}$$

Penjelasan :

Pada soal No. 1 nilai koefisien elastisitas adalah 1, 4. Dengan demikian termasuk permintaan elastis (koefisien elastisitas > 1). Pada soal No. 2 nilai koefisien adalah 0. Oleh karenanya termasuk permintaan tidak elastis sempurna (koefisien elastisitas $= 0$).

Soal No. 3, nilai koefisien elastisitas adalah 0,001. Dengan demikian termasuk permintaan tidak elastis (koefisien < 0). Pada soal No. 4, nilai koefisien elastisitas adalah 1. Oleh karenanya termasuk permintaan elastis uniter (koefisien elastisitas $= 1$). Sedangkan pada soal yang terakhir, nilai koefisien elastisitas adalah 1. Dengan demikian termasuk penawaran elastis (koefisien $= 1$)