

Relevansi Mekanisme Pasar Perspektif Abu Yusuf Pada Produk UMKM Bersertifikat Halal (Studi Kasus Majo Nugget Palembang)

Irina Kartika¹⁾, Ade Habsyah²⁾, Rinol Sumantri³⁾, M. Iqbal⁴⁾, Muhammad Faris Afif⁵⁾

^{1),2),3),4)}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

⁵⁾Universitas Muhammadiyah Palembang

Email: irinaiakartika@gmail.com¹⁾, habsyahade@gmail.com²⁾, rinolsumantri_uin@radenfatah.ac.id³⁾, m.iqbal_uin@radenfatah.ac.id⁴⁾, farisvinokyoko23@gmail.com⁵⁾

Abstrak

Salah satu tokoh ekonomi Islam klasik Abu Yusuf berasumsi bahwa tidak selamanya persediaan barang sedikit (*supply*) menyebabkan harga (*price*) mahal, demikian pula persediaan barang banyak mengakibatkan harga akan murah. Karena pada kenyataannya harga tidak bergantung kepada permintaan saja (*supply*) tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran (*demand*). Menurut Abu Yusuf, ada variable lain yang ikut mempengaruhi harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa relevansinya kenaikan harga produk pada UMKM Majo Nugget menggunakan konsep mekanisme pasar perspektif Abu Yusuf. Metode penelitian ini kualitatif deskriptif yang dimana pengambilan datanya dengan cara pendekatan atau wawancara terhadap subjek penelitian serta sebagian data diambil dari beberapa sumber lain artikel, jurnal, dan internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran tidak hanya tergantung terhadap harga tapi ada sisi penawaran yang ditawarkan dari UMKM Majo Nugget dengan produknya yang Halal MUI sehingga konsumen tetap mau membeli produk-produk tersebut. Relevansi dengan pemikiran Abu Yusuf yaitu bahwa kenaikan harga produk Majo Nugget tidak menyebabkan permintaan turun, permintaan tetap stabil karena faktor kehalalan dan kualitas produk. Ini mencerminkan relevansi teori Abu Yusuf dalam memahami dinamika pasar saat ini.

Kata Kunci: Mekanisme Pasar, Perspektif Abu Yusuf, UMKM

Abstract

One of the classical Islamic economic figures, Abu Yusuf, assumed that not always a small supply of goods causes expensive prices, likewise a large supply of goods causes prices to be cheap. Because in reality, prices do not depend on demand alone (supply) but also on the strength of supply (demand). According to Abu Yusuf, there are other variables that influence prices. This study aims to analyze the relevance of the increase in product prices at UMKM Majo Nugget using the concept of market mechanisms from Abu Yusuf's perspective. This research method is qualitative descriptive where data collection is done by means of an approach or interview with the research subjects and some data is taken from several other sources of articles, journals, and the internet. The results of the study show that demand and supply do not only depend on price but there is a supply side offered by UMKM Majo Nugget with its Halal MUI products so that consumers still want to buy these products. The relevance to Abu Yusuf's thinking is that the increase in the price of Majo Nugget products does not cause demand to fall, demand remains stable due to halal factors and product quality. This reflects the relevance of Abu Yusuf's theory in understanding current market dynamics.

Keywords: Abu Yusuf's Perspective, Market Mechanism, MSMEs

PENDAHULUAN

Segala transaksi yang terjadi dalam dunia perekonomian berdasarkan adanya permintaan dan penawaran. Inisiatif seseorang menciptakan barang produksi adalah kerena adanya permintaan dari barang produksi yang diciptakan, baik dari permintaan secara langsung dari konsumen, atau karena adanya kebutuhan masyarakat terhadap hasil produksi itu. Begitu juga penawaran dari produsen, barang yang baru beredar dipasarkan berawal dari penawaran produsen terhadap barang yang dihasilkan, setelah barang tersebut dikonsumsi, maka akan muncul permintaan dari barang yang ditawarkan, begitulah perputaran dari barang melalui permintaan dan penawaran. Perubahan permintaan dan penawaran bisa disebabkan oleh beberapa faktor.

Seorang produsen akan meningkatkan penawaran jika harga naik, dengan asumsi bahwa barang yang dihasilkan akan memiliki harga tinggi dan akan menghasilkan pendapatan yang banyak, dengan begitu dia bisa lebih meningkatkan lagi produksinya, baik dari aspek mutu, pengembangan usaha, dan inovasi produksi (Abu & Taimiyah, 2020).

Literatur-literatur tentang ekonomi yang tersebar menganggap bahwa ide hukum pasar *supply* dan *demand* adalah hasil perkembangan dari sejarah pemikiran ekonomi. Sayangnya, sangat minim literature yang mengungkapkan bahwa teori mekanisme pasar sudah dikenal sebelum pertengahan abad XVIII. Bahkan, Schumpeter⁴ dengan tesisnya yang sangat terkenal, *'Great Gap atau Blank Centuries'*, betul-betul berusaha menafikan keberadaan dan kontribusi ilmuwan Arab Islam (*Arab-Muslim Scholars*) dalam sejarah perkembangan pemikiran ilmu ekonomi (Schumpeter, 2006). Banyak ilmuwan Muslim yang sudah mengemukakan berbagai pemikiran ekonomi sebelum berkembang menjadi teori ekonomi modern saat ini. Namun, tidak ditemukan dalam literatur sejarah pemikiran ekonomi yang ditulis oleh ilmuwan-ilmuwan Barat (Amalia, 2013).

Konsep ekonomi Islam penentuan harga ditentukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harusnya terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut (Q.S. 4:29). Pada ekonomi Indonesia saat ini, penerapan prinsip-prinsip yang diajukan oleh Abu Yusuf dapat dilihat sebagai upaya untuk menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Misalnya, dalam hal pengaturan harga, Abu Yusuf berpendapat bahwa harga harus ditentukan oleh mekanisme pasar, tetapi tetap dalam batasan yang tidak merugikan masyarakat.

Kebijakan dalam bidang ekonomi menjadi satu hal sangat penting, mengingat bahwa ekonomi adalah salah satu persoalan pokok yang menjadi perhatian. Ketidak efektifan kebijakan-kebijakan yang dibuat tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengkajian, adanya kepentingan lain yang membuat kebijakan yang dilahirkan hanya memihak kepada segilintir golongan saja. Islam telah berkontribusi dalam mengatasi persoalan-persoalan tersebut melalui para pemikir-pemikirnya. Salah satu tokohnya adalah Abu Yusuf. Abu Yusuf terlahir pada tahun 113 Hijriyyah atau tahun 731 Masehi, beliau adalah salah satu murid dari Imam Abu Hanifah kurang lebih selama 17 tahun Abu Yusuf menimba ilmu kepadanya sampai Abu Hanifah meninggal dunia. Sebagai seorang tokoh besar Abu Yusuf, banyak orang yang menimba ilmu kepadanya dan salah satunya adalah Muhammad bin Hasan Al-Syaibani. Al-Syaibani lahir di kota Wasith, sebuah kota di Iraq pada tahun 132 Hijriyyah/ 750 Masehi (Mubarok & Witro, 2022).

Palembang merupakan kota besar di Indonesia, memiliki potensi yang signifikan dalam pengembangan industri UMKM, terutama dalam produk-produk yang bersertifikat halal. Dalam industri UMKM makanan di Palembang, penerapan prinsip-prinsip ini dapat membantu menciptakan kepercayaan antara produsen dan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk halal di pasar. produk halal, hal ini menjadi semakin penting karena konsumen tidak hanya mencari kualitas, tetapi juga kepastian bahwa produk yang mereka beli memenuhi standar syariah. Misalnya, seorang konsumen yang membeli makanan bersertifikat halal tidak hanya ingin tahu bahwa bahan yang digunakan adalah halal, tetapi juga bahwa proses produksinya tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. Ini menunjukkan bahwa transparansi dalam setiap tahap produksi menjadi sangat penting.

Salah satu pelaku UMKM di Palembang Majo Nugget dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produknya, mulai dari bahan baku hingga proses produksi yang tidak hanya bahan bakunya dari bahan-bahan yang halal tetapi proses produksinya juga memenuhi standar halal. Namun disisi lain bahan baku yang halal mengalami kenaikan harga juga proses produksi dengan kualitas yang baik sehingga harga mengalami kenaikan. Dalam teori ekonomi menyatakan bahwa kurva permintaan konsumen individual hampir untuk semua

barang dan jasa memiliki hubungan negatif antara perubahan harga dengan perubahan jumlah barang yang diminta. Ada suatu hubungan yang pasti antara harga pasar dari suatu barang dengan kuantitas yang diminta dari barang tersebut. Selama hal-hal lain tidak berubah, hubungan antara harga dengan kuantitas yang dibeli disebut dengan kurva permintaan (Nordhaus, 2003).

Pada teori ekonomi bahwa kuantitas dan harga berhubungan secara terbalik, yaitu apabila Q naik maka P turun dan sebaliknya. Kuantitas yang diminta cenderung turun apabila harga naik. Point controversial dari pemikiran Abu Yusuf adalah masalah pengendalian harga, Abu Yusuf menentang penguasa yang menetapkan harga. Fenomena yang terjadi pada masa Abu Yusuf adalah ketika terjadi kelangkaan barang, harga barang tersebut cenderung tinggi, dan sebaliknya. Pemahaman yang terjadi pada saat itu adalah tentang hubungan antara harga dan kuantitas yang hanya memperhatikan kurva demand (Amalia, 2010). Asumsi tersebut ditolak oleh Abu Yusuf dengan mengatakan bahwa “kadangkala makanan banyak tetapi harga tetap tinggi, begitupun sebaliknya kadangkala makanan sedikit tetapi harga tetap rendah” (Abu & Taimiyah, 2020). Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sebenarnya penentuan harga itu tidak hanya berdasarkan pada permintaan (demand) dan penawaran (supply) saja, tapi ada faktor-faktor lain seperti kualitas barang itu sendiri.

Permasalahan penelitian yang ingin penulis angkat adalah bagaimana prinsip-prinsip ekonomi yang dikemukakan oleh Abu Yusuf dapat diterapkan secara efektif dalam praktik bisnis. Apakah suatu usaha tidak hanya bergantung pada prinsip permintaan dan penawaran saja, namun adakah faktor lain dimana harga dan kuantitas tetap berada pada posisi stabil. Untuk mendapatkan pemecahan masalah yang tepat kami akan melakukan penelitian ini secara mendalam dengan wawancara kepada pemilik usaha Majo Nugget Palembang. Dengan adanya wawancara dalam menemukan informasi pada kegiatan ekonomi pada usaha Majo Nugget penulis mampu mengidentifikasi kesenjangan antara teori dan praktik dan dapat diimplementasikan dalam konteks bisnis.

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami dan menganalisis prinsip-prinsip ekonomi Abu Yusuf dalam konteks bisnis, serta mengidentifikasi cara-cara dimana prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan secara efektif dalam praktik bisnis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam menghubungkan pemikiran klasik dengan kebutuhan dan tantangan bisnis saat ini.

METODE PENELITIAN

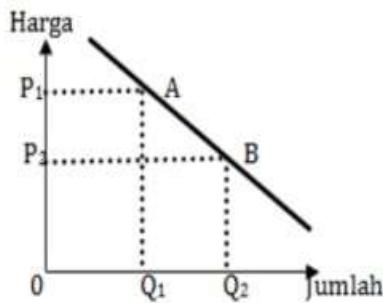
Penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Analisis datanya bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian di konstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2020). Penelitian diperoleh dari data secara langsung dari sumbernya, sehingga sumber datanya primer (Sugiyono, 2020). Untuk menjelaskan data secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifatnya maka dilakukan penelitian deskriptif (Ibrahim, 2023). Komponen kunci penelitian ini menggunakan objek dan menggunakan data yang relevan. Objek penelitian ini adalah UMKM Majo Nugget di Palembang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf

Di dunia perdagangan Arab, yaitu pada masa zaman kenabian, sudah ada pemikiran yang menjadi kesepakatan bersama bahwa tinggi rendahnya permintaan terhadap barang komoditas ditentukan oleh harga barang yang bersangkutan. Pemahaman ini mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan bila tersedia sedikit barang maka harga akan murah.

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Ia memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga.

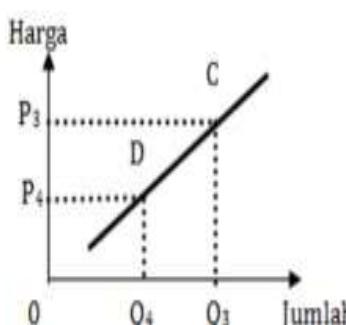


Fenomena yang terjadi pada masa itu adalah pada saat adanya kelangkaan barang maka harga cenderung akan tinggi. Sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, harga cenderung untuk turun atau lebih rendah. Fenomena umum inilah yang kemudian di kritis oleh abu yusuf

Ket. Perubahan Harga menurut Abu Yusuf

Dengan kata lain, pemahaman pada zaman Abu Yusuf tentang hubungan antara harga dan kuantitas barang hanya memperhatikan kurva demand (permintaan). Dalam literature kontemporer, fenomena yang berlaku pada masa Abu Yusuf dapat dijelaskan dengan teori permintaan. Teori ini menjelaskan hubungan antara harga dengan banyaknya kuantitas yang diminta. Pengaruh harga terhadap jumlah permintaan suatu komoditi adalah negatif, apabila P (naik) maka Q (naik), begitu juga sebaliknya. Dari formasi ini kita dapat simpulkan bahwa hukum permintaan mengatakan bila harga suatu komoditi naik maka akan direspon oleh penurunan komoditi yang dibeli (Karim, 2007).

Abu Yusuf membantah pemahaman ini, karena pada kenyataannya tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan sedikit maka harga akan mahal. Hal ini dapat digambarkan berikut :



Menurut Abu Yusuf, dapat saja harga-harga tetap mahal (P3), ketika persediaan barang melimpah (Q3). Sementara harga akan murah walaupun persediaan barang berkurang.

Pernyataan Abu Yusuf ini, mengkritisi pendapat umum yang mengatakan harga berbanding terbalik dengan jumlah persediaan barang.

Ket. Kritik Abu Yusuf tentang harga

Dari pernyataan tersebut tampaknya Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan barang dan harga karena pada kenyataannya harga tidak bergantung pada permintaan saja, tetapi juga pada kekuatan penawaran. Oleh karena itu peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan, atau penurunan/ peningkatan dalam produksi (Karim, 2007).

Abu Yusuf mengatakan, "tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makana, demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makana. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah."

Pengaruh jumlah permintaan suatu komoditi adalah positif, apabila P (naik) maka Q (naik) dan begitu sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa hukum penawaran mengatakan bila harga komoditi naik, akan direspon oleh penambahan jumlah komoditi yang ditawarkan, dan begitu juga sebaliknya.

$$S=Q=f(p)$$

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil dan menengah yang selanjutnya disingkat menjadi UMKM adalah suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakteristik yang berbeda beda. UMKM merupakan salah satu kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi nasional, juga sebagai tempat menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga pengurangan pengangguran terbantu (Salam & Makhtum, 2022).

UMKM sangat berperan dalam mengurangi pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan serta membangun kapribadian negara. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi potensi sebagai usaha dagang cukup besar dikalangan masyarakat yang akan membuat masyarakat berwirausaha semakin banyak, sehingga akan semakin baik ekonomi di suatu wilayah. Masing-masing daerah di Indonesia tentunya memiliki UMKM yang cukup banyak untuk menopang pertumbuhan ekonomi daerah. Untuk itu, dibutuhkan pelatihan keterampilan kepada masyarakat supaya pengelolaan usaha kecil tersebut bisa berjalan semakin baik dan maju di tengah perkembangan teknologi yang ada. Selain itu, diperlukan juga peningkatan kualitas sumber daya manusia supaya mampu memanfaatkan teknologi, sehingga dalam pelaksanaan UMKM tidak kalah bersaing dengan perusahaan besar (Suresmiathi & Ariani, 2013).

Produk Halal

Kehalalan produk makanan dan minuman disebut sangat berpengaruh besar oleh konsumen yang memiliki religiusitas atau keyakinan pada peraturan agama yang diikutinya dalam memilih produk makanan. Konsumen tersebut lebih mementingkan bahan atau komposisi makanan tersebut, dan rasa lebih aman ketika memilih produk makanan bersertifikat halal (Fauzia et al., 2019).

Penelitian Visca (2019) bahwa nilai kejiwaan dan religiusitas mempengaruhi pilihan makanan, selain itu mempengaruhi gaya hidup kemudian tindakan pelanggan dalam memilih produk makanan. Konsumen yang religious akan memilih untuk membeli makanan halal dan ketika mengkonsumsi makanan cenderung memperhatikan keterangan yang menunjukkan makanan tersebut halal yang dapat dilihat dari label halal serta komposisi makanan tersebut. Aspek sertifikasi halal, permasalahan konsumen dalam memilih produk adalah harga itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Harga didasarkan pada nilai bahwa seseorang atau pengusaha bersedia menghilangkan barang atau jasa yang diperoleh kepada pihak lain. Untuk hubungan harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga, maka keputusan pembelian rendah, sebaliknya jika harga rendah, maka keputusan pembelian tinggi (Astogini et al., 2011).

Konsumsi islam menganjurkan umat muslim untuk menkonsumsi halhal yang dapat menjadikan kesehatan bagi tubuh yaitu yang halal bukan yang haram, bukan hanya sekedar halal akan tetapi harus baik dalam hal ini adalah barangnya bersih, higienis, makanan bergizi berkualitas dan bermutu baik (Habibullah, 2017). Dalam mengkonsumsi makanan kita harus mengikuti aturan yang telah ditentukan dalam syariah islam, diantara al-qur'an yang mengatur tentang mengkonsumsi makanan yang halal lagi baik adalah sebagai berikut:

Q.S Al-Baqoroh Ayat 168 dan 172:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مَا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan

janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu". (QS. Al-Baqoroh 168).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُّوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا اللَّهَ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانَهُ تَعْبُدُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rizki yang baikbaik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah". (QS. Al-Baqoroh 172).

Label Halal & Sertifikat Halal

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Mashudi, 2015). Sedangkan label halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal adalah tanda kehalalan suatu produk (Pasal 1).

Sebagai pelaku usaha yang sudah menerima sertifikat halal wajib mencantumkan label halal pada:

- 1) Kemasan produknya
- 2) Bagian tertentu dari produknya, dan atau
- 3) Tempat tertentu pada produknya
- 4) Pencatuman label halal tersebut harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak (Pasal 37).

Indonesia merupakan negara hukum, oleh karena itu berbagai aturan haruslah berdasarkan aturan hukum yang berlaku. Aturan tersebut berlaku juga bagi lembaga yang menangani proses sertifikasi, adapun lembaga yang menangani sertifikasi halal adalah LP POM MUI dan lembaga tersebut harus memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Harus mewakili aspirasi umat islam
- 2) Memiliki dua kelompok keahlian, yaitu pertamakelompok keahlian dibidang teknologi pangan, seperti ahli teknologi pangan, kimia, biokimia, dan gizi. Yang kedua kelompok keahlian dibidang hukum islam yaitu yang dapat berisi unsur ulama atau lembaga fatwa.
- 3) Bersifat tidak mencari keuntungan
- 4) Memiliki jaringan yang luas.
- 5) Bersifat independen yaitu tidak mewakili atau dipengaruhi dari kewenangan produsen maupun pemerintah (Habibullah, 2017).

Tinjauan Literatur

Lily Astrin Agustiana, Khusniati Rofiah (2023), Mengupas Pemikiran Abu Yusuf Pada Zaman Klasik Dan Implementasinya Terhadap Ekonomi Di Indonesia. Membahas pemikiran ekonomi islam menurut Abu Yusuf. Euis Amelia, 2013 Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Membahas mekanisme pasar dalam perspektif Islam. Mubarok dan Witro. (2022) Relevansi Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf dan Al Syaibani dengan Kebijakan Ekonomi di Indonesia. Jurnal IAIN Kudus. Intan Ayu Nur Wegayanti, Universitas Islam Indonesia. (2020). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Abu Yusuf. Studi Kasus Kenaikan Harga Tiket Pesawat Domestik Di Indonesia. Jurnal ini membahas bahwa kenaikan harga tiket pesawat yang tinggi sejalan dengan prinsip mekanisme pasar Abu Yusuf. Habibah Nurhafizh, Et Al. Relevansi Kebijakan Fiskal Studi Kasus Kenaikan BBM Menurut Pemikiran Abu Yusuf. Pembahasan jurnal ini mengenai Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pasar dalam Islam bersifat bebas tanpa adanya intervensi.

Pembahasan

Hasil penelitian ini adalah sebuah penelitian yang dilakukan terhadap permintaan dan

penawaran pada UMKM Majo Nugget di daerah Sako Palembang dalam perspektif Islam sebelum dan sesudah labelisasi Halal. Dorongan kebutuhan produk halal didukung dengan adanya kesadaran dari masyarakat muslim maupun non-muslim yang melihat produk berlabel halal dikenal lebih baik dari segi etika, kesehatan, keamanan dan keramahan terhadap lingkungan. Sehingga perlu sekali memberikan jaminan pada produk makanan dan minuman dengan status kehalalan yang beredar. Disini dapat kita lihat bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan dan penawaran sebelum dan sesudah usaha Majo Nugget Halal MUI.

Berikut adalah sertifikat Halal pada UMKM Majo Nugget :



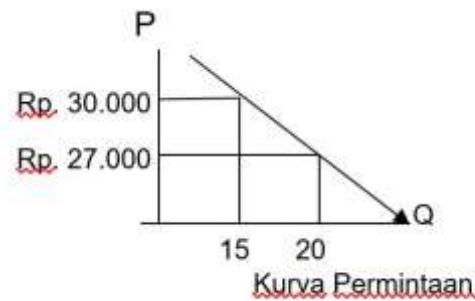


Ibu Tiwi adalah pemilik usaha Majo Nugget berinovasi dan berkreasi dalam pembuatan makanan sehat. Beliau membuat produk olahan daging menjadi beberapa menu nugget yang bebas penyedap, pewarna, pengenyal, pengawet dan bahan kimia-kimia lainnya. Pembuatan olahan daging ini juga dari bahan dasar, cara pengolahan, makanan siap jual sampai ke pemasaran diharapkan dapat dijadikan sebagai alternatif. Sehingga para konsumen merasa aman dalam mengkonsumsi makanan ini. Jika melihat persaingan di pasar bahwa banyak sekali produk-produk olahan seperti nugget ini di jual dengan harga bersahabat dan bersaing, namun seperti yang kita tahu bahwa produk tersebut mengandung penyedap rasa, pengawet dan bahan-bahan kimia lainnya.

Majo nugget berdiri dari tahun 2021, pada saat itu belum ada sertifikat halal dari MUI. Beberapa menu yang ditawarkan diantaranya nugget ayam wortel, nugget ayam brokoli, nugget ayam mix, nugget ayam carbo dan nugget ayam goreng. Harga yang ditawarkan bervariasi mulai dari Rp. 27.000 – Rp. 35.000 dengan berat 400 gram/ netto. Produk yang paling laris adalah nugget ayam wortel dengan harga Rp. 27.000, saat itu rata-rata terjual 20 box/ hari untuk ayam wortel. Pada tahun 2022 ada kenaikan harga dari menu nugget ayam wortel menjadi Rp. 30.000 dikarenakan bahan baku naik, ada penurunan penjualan yang biasanya menu tersebut rata-rata 20 box/ hari, pada saat itu rata-rata menjadi kurang lebih 15 box/ hari.

Hal ini sesui dengan hukum permintaan, apabila harga suatu barang turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat. Sebaliknya, jika harga suatu barang naik, maka permintaan terhadap barang akan menurun.

P= Harga
Q= Jumlah

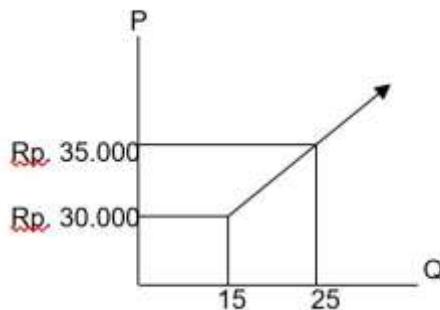


Pada tanggal 16 Maret 2023 Majo Nugget resmi bersertifikat Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan Nomor Sertifikat ID16110002657061222. Sertifikasi tersebut bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat bahwa produk yang dikonsumsi atau gunakan telah sesuai dengan kaidah agama islam. Bahan dasar yang digunakan pada Majo Nugget bahan-bahan yang kemasannya berlogo halal semua, dari ayam, tepung-tepungan, gula, garam dan lain-lain semua pakai yang kemasan dan berlogo halal bukan kiloan. Pada saat itu harga nugget ayam wortel mengalami kenaikan dari Rp. 30.000 dengan rata-rata terjual perhari 15 box, menjadi Rp. 35.000 namun produk ini ternyata tidak menurun permintaannya tetapi mengalami kenaikan, seperti yang disampaikan Ibu Tiwi hingga saat ini mampu terjual rata-rata 25 box/ hari. Dalam teori hukum penawaran bahwa “Jika harga naik, penawaran meningkat, sehingga jika harga turun, penawaran juga akan turun.”

Sehingga dapat di gambarkan pada kurva berikut :

P: Harga

Q: Jumlah



Dari kurva diatas dapat dijelaskan bahwa tidak selalu ketika harga naik maka permintaan akan turun seperti yang di jelaskan oleh Abu Yusuf bahwa ketika harga naik, maka permintaan akan naik karena ada penawaran yang ditawarkan oleh konsumen. Majo Nugget ketika menaikan harga produknya, permintaan pun ikut bertambah karena penawaran pada produknya sudah bersertifikat halal MUI yang mana meambah kepercayaan masyarakat untuk membeli produk-produknya.

KESIMPULAN

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk, juga dapat dikatakan sebagai bagian dari aktifitas yang berkaitan dengan agama. Perilaku konsumen yang religius dapat dilihat dari adanya kenyataan yang menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sangat peduli terhadap isu agama. Seperti studi kasus pada UMKM Majo Nugget sebelum halal MUI ketika harga naik karena bahan dasar naik maka permintaan turun. Namun ketika UMKM Majo Nugget sudah Halal MUI pada tahun 2023 harga produk mengalami kenaikan tetapi permintaan juga ikut naik, artinya tidak selalu harga turun permintaan naik atau harga naik permintaan turun, karena ada sisi penawaran yang membuat konsumen akhirnya tetap membeli

produk walaupun harga mengalami kenaikan. Hal ini relevan dengan teori Abu Yusuf bahwaada faktor lain diimana harga naik tetapi permintaan tetap stabil tidak mengalami penurunan

REFERENSI

- Abu, S. S. D. D. M., & Taimiyah, Y. D. I. (2020). *EKSPEKTASI HARGA DAN PASAR*.
- Amalia, E. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Amalia, E. (2013). Mekanisme Pasar dan kebijakan penetapan harga adil dalam perspektif ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Astogini, D., Wahyudin, W., & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 13(1).
- Fauzia, D. R. S., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 37–46.
- Habibullah, E. S. (2017). Etika Konsumsi Dalam Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(01), 90–102.
- Ibrahim, A. (2023). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. PT. Bumi Aksara.
- Karim, A. A. (2007). *Ekonomi Mikro Islami*. Raja Grafindo Persada.
- Mashudi. (2015). *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Pustaka Pelajar.
- Mubarok, A. B., & Witro, D. (2022). Relevansi Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf Dan Al Syaibani Dengan Kebijakan Ekonomi Di Indonesia. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 5(1), 1.
- Nordhaus, P. A. S. dan W. D. (2003). *Ilmu Mikroekonomi (Edisi 7)*. PT. Media Global Edukasi.
- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (2022). Implementasi jaminan produk halal melalui sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kabupaten Sampang. *Qanwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10–20.
- Schumpeter, J. A. (2006). *History of economic analysis*. Routledge.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*. Alfabeta.
- Suresmiathi, A. A. A., & Ariani, D. (2013). Pengaruh kualitas tenaga kerja, bantuan modal Usaha dan teknologi terhadap produktivitas kerja usaha mikro kecil dan menengah di Jimbaran. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(2), 44432.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 85–100.