

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN, PRODUKSI, DAN PASAR
DALAM ISLAM**

Hanif Aditya 'Ismayanti¹

ABSTRAK

Tulisan ini membahas pemahaman tentang perilaku konsumen, produksi dan pasar yang sangat berhubungan erat dengan kegiatan perekonomian yang ada di Indonesia. Kegiatan ekonomi yaitu kegiatan yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Didalam kegiatan ekonomi terdapat perilaku konsumen dan produsen yang saling membutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Terjadinya pertemuan tersebut menimbulkan adanya kegiatan permintaan dan penawaran untuk menemukan harga yang disepakati oleh keduanya dan memperoleh barang atau jasa yang dilandasi dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen, Produksi, dan Pasar.*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian di Indonesia sangat sentral, karena di setiap orang ingin memenuhi kebutuhannya masing-masing. Untuk memenuhi kebutuhannya konsumen akan melakukan permintaan dan produsen akan melakukan penawaran. Ada banyak faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan yang di peroleh setiap individu. Alasan pembuatan karya tulis ilmiah ini untuk membuktikan apakah hukum-hukum ekonomi yang sudah ada sudah berjalan maksimal dalam kenyataannya serta apakah nilai-nilai Islam sudah ada di dalam perekonomian tersebut. Nilai-nilai Islam yang dimaksud yaitu mengkonsumsi barang sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan. Karena sesuatu yang berlebihan itu tidak baik. Selain itu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya membeli suatu barang juga melihat beberapa faktor misalnya harga, tingkat pendapatan, kualitas dan kegunaan barang itu sendiri.

Objek penelitian ini di ambil dari beberapa daerah di wilayah Magetan, Ngawi, dan Ponorogo. Data diambil dari pihak konsumen dan produsen dengan cara menyediakan beberapa pertanyaan yang memuat apa yang akan di tanyakan dan dianalisis.

¹ Institut Agama Islam Ponorogo/ tyahanifa14@gmail.com

Perilaku Konsumen

Dalam teori ekonomi konvensional kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang dinamakan nilai guna utiliti. Jika kepuasan semakin tinggi maka nilai guna juga semakin tinggi. Nilai guna di bedakan menjadi 2 yaitu :

1. Nilai guna total, diartikan sebagai jumlah kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu.
2. Nilai guna marjinal, diartikan sebagai pertambahan kepuasan yang diperoleh dari tambahan satu unit barang yang dikonsumsi.

Sedangkan dalam ekonomi Islam konsumen bertujuan untuk mencapai suatu masalah. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqashid syariah*) menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. Masalah digunakan dalam ekonomi Islam yang disebabkan oleh penggunaan asumsi pada manusia yang bertujuan untuk mencari kepuasan (utility) maksimum dan tidak mampu menjelaskan apakah barang yang memuaskan selalu identik dengan barang yang memberikan manfaat atau berkah bagi penggunaannya. Selain itu, batasan seseorang dalam mengkonsumsi hanyalah kemampuan anggaran, tanpa mempertimbangkan aturan-aturan dan prinsip-prinsip didalam syariat Islam.

Produksi

Kegiatan produksi yaitu salah satu aktivitas ekonomi yang sangat menunjang kegiatan konsumsi. Tanpa kegiatan produksi, konsumen tidak dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang dibutuhkannya. Produksi yaitu kegiatan menambah nilai guna suatu barang atau jasa untuk keperluan orang banyak. Jika dalam konsep ekonomi Islam tujuan dari konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa untuk mendapatkan masalah dan tujuan dari produsen dalam memproduksi barang dan jasa untuk memberikan masalah. Jadi, baik produsen maupun konsumen memiliki tujuan yang sama dalam kegiatan ekonomi, yaitu mencapai masalah yang optimum atau maksimal.

Teori tingkah laku konsumen memberikan latar belakang yang penting dalam memahami sifat permintaan para pembeli di pasar. Teori produksi dalam ilmu ekonomi membedakan analisisnya kepada dua pendekatan berikut:

1. Teori produksi dengan satu faktor berubah. Teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang hubungan di antara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut.
2. Teori produksi dengan dua faktor berubah. Misalkan faktor produksi yang dapat berubah dapat tukarkan penggunaannya, yaitu tenaga kerja dapat menggantikan modal atau sebaliknya.

Pasar Dalam Prespektif Islam

Pasar adalah tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pada setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya. Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran jadi tidak ada yang bisa mempegaruhi harga pasar selain dua kekuatan itu.. dalam konsep ekonomi Islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

Menurut Philip Kotler, harga yaitu suatu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga adalah suatu unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. (Philip Kotler: 2005)

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari suatu barang dan jasa. Harga yang dimaksud yaitu harga yang dihasilkan dari harga pokok dan margin yang disepakati kedua belah pihak. (Philip Kotler: 2001)

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu :

1. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu pembeli untuk memutuskan bagaimana cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu pembeli untuk memutuskan bagaimana cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli bisa membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas produk itu sendiri. Hal ini bermanfaat bagi pembeli dalam mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas barang yang tinggi.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan wawancara terhadap warga daerah di wilayah Magetan, Ngawi, dan Ponorogo. Metode ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan terhadap narasumber.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kebutuhan/Utilitas (Prilaku Konsumen)

Kuesioner 1

Tentang tingkat kepuasan konsumen dalam terpenuhinya kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Identitas Reponden 1

No	Nama	Alamat	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1.	Slamet Riyanti	Desa Sundul	39	Guru	1.000.000

Daftar Kuesioner

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan anda

Ket:

Skor 1. Sangat (tidak setuju)

Skor 2. Tidak (setuju)

Skor 3. Netral / Cukup

Skor 4. (Setuju)

Skor 5. Sangat (setuju)

Hasil Kuisisioner:

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Anda merasa puas dengan besaran penghasilan yang anda miliki			√		
2.	Anda cukup makan 3x sehari				√	
3.	Anda makan nasi 3x sehari dengan lauk yang cukup				√	
4.	Anda yakin penghasilan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?		√			
5.	Apakah anda bisa menabung dari penghasilan yang anda peroleh?			√		
6.	Apakah anda bisa shodaqoh, zakat dari penghasilan yang anda peroleh?			√		

7.	Apakah anda merasa puas jika berpergian dengan kendaraan yang anda miliki?				√	
8.	Apakah anda yakin penghasilan anda cukup jika ada kebutuhan lain yang harus terpenuhi?		√			
9.	Seberapa pentingkah faktor “berkah” dalam pola konsumsi anda?					√

Identitas Reponden 2

No	Nama	Alamat	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1.	Umirotn	Dsn. Playaran Ds. Kendal Kab. Ngawi	42 Thn	Ibu Rumah Tangga	200.0000 per bulan

Hasil Kuesioner :

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Penghasilan ibu bisa mencukupi pola konsumsi tiap bulan			√		
2.	Cukup dengan penghasilan tiap bulan			√		
3.	Ada faktor lain yang memengaruhi tingkat konsumsi selain penghasilan		√			
4.	Anda cukup makan 3x sehari				√	
5.	Tiap bulan sebagian penghasilan dialokasikan ke tabungan	√				
6.	Dengan bersedekah harta, harta akan bertambah					√

Ket :

Skor 1. Sangat (tidak setuju)

Skor 2. Tidak (setuju)

Skor 3. Netral / Cukup

Skor 4. (Setuju)

Skor 5. Sangat (setuju)

b. Pola Konsumsi

No. Responden	Konsumsi Harian	Konsumsi Bulanan	Konsumsi Tahunan	Kategori Kebutuhan	Kepuasan
1.	Beras Telur	Paket Data	Baju Lebaran	Primer Sekunder	1-5

Kuesioner 3

Tentang tingkat kepuasan konsumen dalam terpenuhinya kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Identitas Responden 3

Nama : Maher Mohaimin

Umur : 51

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Kel. Ronowijayan, Kec. Siman, Kab. Ponorogo.

Daftar kuesioner:

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan anda

Keterangan:

Skor 1. Sangat tidak setuju

Skor 2. Tidak setuju

Skor 3. Netral / Cukup

Skor 4. Setuju

Skor 5. Sangat setuju

Hasil kuisisioner:

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Anda merasa puas dengan besaran penghasilan yang anda miliki?			✓		
2.	Apakah sudah cukup makan 3x sehari					✓
3.	Anda makan nasi 3x sehari dengan lauk yang cukup					✓
4.	Dari jumlah penghasilan apakah masih bisa			✓		

	disishkan untuk menabung					
5.	Anda yakin jika penghasilan anda dapat untuk memenuhi semua kebutuhan anda					✓
6.	Apakah gaji yang anda miliki bisa digunakan untuk membeli kebutuhan lain seperti kendaraan, perhiasan, dll.				✓	
7.	Apakah anda merasa puas dengan apapun yang anda miliki saat ini					✓

Kuesioner 4

Tentang tingkat kepuasan konsumen dalam terpenuhinya kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Identitas Reponden 4

No	Nama	Alamat	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1.	Junaedi	Desa Jimbe Kec. jenangan, Kab. Ponorogo.	44	Pedagang	500.000

Daftar Kuesioner

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan anda

Ket:

Skor 1. Sangat (tidak setuju)

Skor 2. Tidak (setuju)

Skor 3. Netral / Cukup

Skor 4. (Setuju)

Skor 5. Sangat (setuju)

Hasil Kuisisioner:

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Anda merasa puas dengan besaran penghasilan yang anda miliki				√	
2.	Anda cukup makan 3x sehari				√	
3.	Anda makan nasi 3x sehari dengan lauk yang cukup				√	

4.	Anda yakin penghasilan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?		√			
5.	Apakah anda bisa menabung dari penghasilan yang anda peroleh?			√		
6.	Apakah anda bisa shodaqoh, zakat dari penghasilan yang anda peroleh?			√		
7.	Apakah anda merasa puas jika berpergian dengan kendaraan yang anda miliki?			√		
8.	Apakah anda yakin penghasilan anda cukup jika ada kebutuhan lain yang harus terpenuhi?		√			
9.	Seberapa pentingkah faktor “berkah” dalam pola konsumsi anda?					√

Kuesioner 5

Tentang tingkat kepuasan konsumen dalam terpenuhinya kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Identitas Responden 5

No	Nama	Alamat	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1.	Purnomo	Desa Ngariboyo Kec. Ngariboyo Kab. Magetan	41	Petani	500.000

Daftar kuesioner:

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan anda

Keterangan:

Skor 1. Sangat tidak setuju

Skor 2. Tidak setuju

Skor 3. Netral / Cukup

Skor 4. Setuju

Skor 5. Sangat setuju

Hasil kuisisioner:

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Anda merasa puas dengan besaran penghasilan yang anda miliki?			√		
2.	Apakah sudah cukup makan 3x sehari			√		
3.	Anda makan nasi 3x sehari dengan lauk yang cukup				√	
4.	Dari jumlah penghasilan apakah masih bisa disishkan untuk menabung			√		
5.	Anda yakin jika penghasilan anda dapat untuk memenuhi semua kebutuhan anda				√	
6.	Apakah gaji yang anda miliki bisa digunakan untuk membeli kebutuhan lain seperti kendaraan, perhiasan, dll.			√		
7.	Apakah anda merasa puas dengan apapun yang anda miliki saat ini				√	

Berdasarkan Hasil dari kuesioner diatas menunjukkan rata- rata masyarakat telah puas dan telah setuju akan penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhan pokoknya. perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari tersebut menggunakan teori nilai guna total. Dimana tingkat konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya selalu mementingkan kebutuhan primernya, namun masyarakat akan merasa puas apabila ada tambahan dari pembelian kebutuhan sekunder dan tersier. Pendapatan konsumen juga merupakan salah satu faktor dalam memenuhi kebutuhannya, apabila pendapatan yang diperoleh banyak maka konsumen akan mampu memenuhi kepuasannya. Sedangkan, konsumsi dalam prespektif Islam tidak hanya materi saja tapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan sedekah. Seperti halnya dalam kuesioner diatas terdapat pertanyaan apakah dari pendapatan masing- masing responden selain dapat memenuhi kebutuhan juga dapat melakukan zakat, infaq dan sodaqoh. Maka dari itu, perilaku konsumen tidak hanya mengutamakan kepuasan saja tetapi juga mengutamakan keberkahan juga.

c. Produksi

Nama produk= Paving.

Perhitungan bahan baku

Produk	Bahan Baku	Kebutuhan Bahan Baku	Keterangan	Jumlah	Total Harga
Paving segi 6/ 1m	Pasir	1 Otor	1 truk =Rp. 500.000	1 Otor	Rp. 15.000
	Semen	1 Ember	1 sak=Rp. 45.000	1 Ember	Rp. 10.000
	Verep	1,5 Ons	1kg= 40.000	1,5 Ons	Rp. 6.000
Total Biaya					Rp. 31.000

Perhitungan Biaya non produksi

No	Nama Produk	Keterangan	Biaya	Harga pokok Produksi
(k1)	(k2)	(k3)	(k4)	(k5= (K4=b1+b2))
1	Paving segi6	Biaya Bahan Baku	Rp. 31.000	Rp. 35.000
		Biaya Non Baku	Rp. 4.000	
2	Paving segi 4	Biaya Bahan Baku	Rp. 31.000	Rp. 40.000
		Biaya Non Baku	Rp. 9.000	

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka di peroleh data biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan paving serta perhitungan harga pokok produksinya. Namun belum ada kaitannya dengan teori produksi satu faktor berubah atau teori produksi dengan dua faktor berubah.

d. Pasar

Hasil Observasi dalam Bentuk Penyajian Data :

No	Jenis pasar	Alamat	Jumlah penjual	Jumlah pembeli	Akses Pasar	Pricing	Ket.
1	Pasar persaingan sempurna	Dsn Kendal, Kec. Kendal Kab. Ngawi	120 penjual	200 orang	Mudah	Pembeli dan penjual yang menentukan harga	Penjual sembako
2	Pasar persaingan tidak sempurna	Dsn. Kendal, Kec. Kendal, Kab. Ngawi	1 penjual	2-5 orang	Sulit, karena hanya ada satu tempat didaerah ini yang menguasai pasar	Produsen yang menentukan harga karena hanya 1 tempat itu yang mempunyai barang tsb.	Dealer sepeda motor

Berdasarkan survei terkait pasar yang ada di Dsn. Kendal, Kec. Kendal, Kab. Ngawi, Jawa Timur terdapat dua jenis pasar, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Kedua pasar tersebut memiliki ciri yang berbeda, dimana pasar persaingan sempurna mekanisme penentuan harga ditentukan dari bertemunya titik permintaan dan penawaran yang kemudian menghasilkan harga barang. Kisaran jumlah penjual sekitar 120 orang penjual dan kisaran jumlah pembeli sekitar 200 orang pembeli. Akses masuk pasar penjual baru tidak ada hambatan bagi penjual baru yang ingin masuk. Kemampuan produsen dalam menentukan harga jika dipersenkan kemampuan produsen menentukan harga hanya 40%, karena banyak saingannya juga sehingga mau tidak mau mereka harus menemukan titik temu harga dari permintaan konsumen dan penawaran produsen atau harga kesepakatan. Sehingga, ini sudah termasuk dalam konsep Islam dimana antara penjual dan pembeli tidak ada yang terpaksa dalam melakukan transaksi tersebut. Sedangkan sebaliknya pasar persaingan tidak sempurna mekanisme penentuan harga ditentukan oleh Produsen karena hanya 1 tempat itu yang mempunyai barang tsb. Kisaran jumlah penjual sekitar 1 orang penjual dan kisaran jumlah pembeli sekitar 2-5 orang pembeli. Akses masuk pasar sulit, karena hanya ada satu tempat didaerah ini yang menguasai pasar.

4. KESIMPULAN

Dalam teori ekonomi konvensional kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang dinamakan nilai guna utiliti. Sedangkan dalam ekonomi Islam konsumen bertujuan untuk mencapai suatu masalah. Produksi yaitu kegiatan menambah nilai guna suatu barang atau jasa untuk keperluan orang banyak.

Jika dalam konsep ekonomi Islam tujuan dari konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa untuk mendapatkan masalah dan tujuan dari produsen dalam memproduksi barang dan jasa untuk memberikan masalah. Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.

Setelah membahas hasil analisis berdasarkan data tersebut dalam teori perilaku konsumen, produksi serta pasar dalam Islam ada beberapa poin yang dapat disimpulkan yang pertama mulai dari teori perilaku konsumen. Pada kesimpulannya perilaku konsumen tidak hanya mengutamakan kepuasan saja namun juga mengutamakan keberkahan. Kedua perilaku produsen yaitu dapat disimpulkan bahwa produsen mampu memproduksi barang atau jasa dan menghasilkan output yang baik berupa barang dan jasa. Ketiga pasar dalam Islam. Berdasarkan survei terkait pasar tersebut terdapat dua jenis pasar, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Kedua pasar tersebut memiliki ciri yang berbeda, dan kelebihan maupun kekurangan masing-masing.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Karim, Adiwarmanto A. 2015. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Rianto M. Nur. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pusaka Setia.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.