

Tesis

**ELASTISITAS HARGA PERMINTAAN DAN ELASTISITAS HARGA
PENAWARAN OUTPUT DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung
Keramik Dinoyo Malang)**

Oleh:

Jazilatun Nafilah

Nim. 16801007



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2019**

Tesis

**ELASTISITAS HARGA PERMINTAAN DAN ELATISITAS HARGA
PENAWARAN OUTPUT DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung
Keramik Dinoyo Malang)**

Oleh:

Jazilatun Nafilah
Nim. 16801007

Pembimbing I:

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI
NIP. 19750707 200501 1 005

Pembimbing II:

Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.
NIP. 19751109 199909 1 009



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**ELASTISITAS HARGA PERMINTAAN DAN ELASTISITAS HARGA
PENAWARAN OUTPUT DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung
Keramik Dinoyo Malang)**

Tesis
Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
menyelesaikan Program Magister
Ekonomi Syariah

OLEH
JAZILATUN NAFILAH
16801007

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN TESIS

Tesis dengan judul “*Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Output dalam Perspektif Islam Studi di Cenderamata dan CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Malang*” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Malang,
Pembimbing I,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI

NIP. 19750707 200501 1 005

Malang,
Pembimbing II,



Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.

NIP. 19751109 199909 1 009

Malang,
Mengetahui,
Ketua Program Magister Ekonomi Syariah



Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., M.A

NIP. 197307192005011003

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Output dalam Perspektif Islam Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung Keramik Dinoyo Malang” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 19 Juni 2019.

Dewan Penguji

Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si.

Penguji Utama

NIP. 19720212 200312 1 003

Nanik Wahyuni, S.E., M.Si., Ak.

Ketua

NIP. 19720322 200801 2 005

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI

Anggota

NIP. 19750707 200501 1 005

Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.

Anggota

NIP. 19751109 199909 1 009

Mengetahui

Direktur Pasca



Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I

NIP. 195507171982031005

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jazilatun Nafilah
NIM : 16801007
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis :Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga
Penawaran Output dalam Perspektif Islam Studi di
Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung
Keramik Dinoyo Malang.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk atau dikutip dari sumbernya. Apabila dikemudian hari penelitian ini terbukti sebagai hasil plagiasi/penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan siapapun.

Batu, 22 Juli 2019

Hormat Saya,



Jazilatun Nafilah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya karya tesis dengan judul “Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Output dalam Perspektif Islam Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung Keramik Dinoyo Malang” ini kepada:

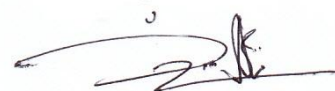
1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dan para wakil rektor.
2. Prof. Dr. H. Muyadi, M. PdI, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA, selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, terima kasih atas motivasi dan kemudahan selama menjalani studi.
4. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis.
5. Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis.
6. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si. selaku penguji utama yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis.
7. Nanik Wahyuni, S.E., M.Si., Ak. selaku ketua penguji yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis

8. Seluruh dosen Program Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah yang telah mendidik, membimbing, mengajarkan dan mencurahkan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.
9. Seluruh staf dan karyawan Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membantu dan memberikan kemudahan selama studi serta penyusunan tesis ini.
10. H.Syamsul Arifin selaku Ketua paguyuban kampung keramik Dinoyo Malang, dan Eddy Sujarwo, anggota paguyuban, pengusaha serta pegawai di kampung keramik Dinoyo Malang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.
11. Kedua orang tua penulis, yang tanpa kenal lelah dan selalu sabar dalam memberikan bantuan secara moril serta materil hingga tercapainya tahap akhir penulisan ini.
12. Kedua saudara penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat bagi penulis untuk bisa menyelesaikan penulisan tesis ini.
13. Untuk kawan-kawan perkuliahan satu angkatan Magister ekonomi Syariah 2017 baik kelas A dan B. Terhusus kelas A yang telah menjadi keluarga penulis selama masa perkuliahan ini.
14. Kepada seluruh pihak yang belum disebutkan dan terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tesis ini, semoga amal kita semua diterima oleh Allah SWT.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari tentunya masih terdapat banyak kekurangan, kesalahan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dalam rangka perbaikan ke depannya. Akhirnya, semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Malang, 26 Juli 2019

Penulis



(Jazilatun Nafilah)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Prngesahan.....	v
Lembar Pernyataan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Halaman Persembahan.....	xiv
Moto	xv
Abstrak	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	15
F. Definisi Istilah.....	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	29
A. Perspektif Teoritik Masalah Penelitian.....	29
1. Teori Permintaan.....	29
2. Teori penawaran	32
3. Teori Elastisitas.....	34
4. Elastisitas Harga Permintaan, Elastisitas Silang (EC) dan Elastisitas Permintaan dari Pendapatan (EY).....	38
5. Faktor Penentu Elastisitas	42

6. Jenis-Jenis Elastisitas	45
7. Manfaat Nilai Elastisitas permintaan	49
8. Teori Permintaan dalam Islam	52
9. Teori Penawaran dalam Islam	54
10. Elastisitas Menurut Islam	57
11. Mekanisme Harga dalam Islam	59
B. Kerangka Pemikiran	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	66
B. Kehadiran Peneliti	66
C. Lokasi Penelitian	67
D. Data dan Sumber Data	67
E. Pengumpulan Data	72
F. Analisis Data	74
1. Analisis Elastisitas Harga Permintaan	75
2. Analisis Elastisitas Harga Penawaran	76
3. Analisis Elastisitas Harga Perspektif Islam	77
G. Keabsahan Data	78
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	82
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	82
1. Profil Kampung Keramik Dinoyo	82
2. Sejarah Perkembangan Keramik Dinoyo	84
3. Kondisi Perekonomian Pengerajin Keramik Dinoyo	90
4. Struktur Organisasi Serta Peran Paguyuban Keramik Dinoyo	92
B. Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Keramik Dinoyo	95
1. Perubahan Elastisitas Harga Permintaan Keramik Dinoyo	95
2. Perubahan Harga Penawaran Keramik Dinoyo	102

3. Peluang dan Potensi Keramik Dinoyo	110
BAB V PEMBAHASAN	113
A. Perubahan Elastisitas Harga Permintaan dalam Perspektif Islam.....	113
B. Perubahan Elastisitas Harga Penawaran dalam Perspektif Islam	119
C. Faktor Penyebab Perubahan Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Keramik dalam Perspektif Islam	127
BAB VI PENUTUP	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	137
PEDOMAN WAWANCARA	142
LAMPIRAN-LAMPIRAN	143
RIWAYAT HIDUP	159

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	24
4.1	Pemilik Usaha Keramik Dinoyo Malang Tahun 2015-218	92
4.2	Struktur Organisasi Paguyuban Keramik Dinoyo Tahun 2015-2018	94
4.3	Elastisitas Harga Permintaan Cenderamata Keramik Tahun 2015-2018..	97
4.4	Elastisitas Harga Permintaan CJDW Art Galery Tahun 2015-2018.....	101
4.5	Elastisitas Harga Penawaran Cenderamata Keramik Tahun 2015-2018.	104
4.6	Elastisitas Harga Penawaran CJDW Art Galery Tahun 2015-2018.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Jumlah Industri Kecil dan Menengah Kota Malang Tahun 2013-2015 (Unit).....	1
1.2 Pengerajin Keramik, Gypsum, dan Pemilik Gerai Keramik Tahun 2018....	3
1.3 Permintaan Keramik Cenderamata Tahun 2014-2018 (Buah).....	6
2.1 Kerangka Pikir.....	64
4.1 Peta Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang	83
4.2 Permintaan Cenderamata Keramik Tahun 2014-2018 (Buah).....	96
4.3 Permintaan CJDW Art Galery Tahun 2014-2018 (Buah).....	100
4.4 Penawaran Cenderamata Keramik Tahun 2014-2018 (Buah).....	103
4.5 Penawaran CJDW Art Galery Tahun 2014-2018 (Buah).....	107

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya dedikasikan kepada kedua orang tua dan saudara saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya yang tidak pernah lelah mengingatkan dan memberikan motivasi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan Tesis Ini beliau berdualah yang sangat berperan penting dalam pengerjaan karya ilmiah ini.

Kepada teman-teman seperjuangan almamater prodi Ekonomi Syariah kelas A yang telah memberikan masukan dan motivasi hingga selesainya tesis ini.



MOTTO

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا ۗ فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ

“Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi, lalu mereka mempunyai hati yang dengan itu mereka dapat memahami atau mempunyai telinga yang dengan itu mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta, ialah hati yang di dalam dada.”

(QS. Al-Hajj ayat 46)

ABSTRAK

Jazilatun Nafilah, 16801007, 2019. *Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Output dalam Perspektif Islam Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung Keramik Dinoyo Malang*. Tesis, Program Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Malang, Pembimbing (I) Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI, Pembimbing (II) Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.

Kata Kunci: Elastisitas Permintaan, Elastisitas Penawaran, Perspektif Islam

Kampung keramik merupakan salah satu sentral industri keramik yang masih beroperasi di kota Malang. Seiring dengan perkembangan industri keramik saat ini, berdampak pada perubahan permintaan dan penawaran keramik Dinoyo selama lima tahun terakhir. Tujuan penilitan ini yaitu memaparkan Perubahan Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Keramik dalam Perspektif Islam, Serta Faktor Penyebab Perubahan Elastisitas Harga Keramik dalam Perpektif Islam. Objek pada penelitian ini adalah Cjdw *Art Galery* serta Cenderamata Keramik dengan mengambil informan: dua pemilik gerai, dua produsen, dua pengerajin, dua pembeli dan ketua paguyuban kampung keramik.

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan survey langsung. Analisa data menggunakan analisis elastisitas harga permintaan, elastisitas harga penawaran berdasarkan perspektif islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan pada harga permintaan dan harga penawaran Cenderamata Keramik selama lima tahun terakhir. Sedangkan CJDW *Art Galery* tidak terdapat perubahan pada harga permintaan maupun harga penawarannya. Faktor yang mempengaruhi perubahan pada harga permintaan dan penawaran keramik ini diantaranya yaitu: peningkatan pada harga bahan baku keramik, munculnya pengerajin keramik dari kota dan Negara lain, serta kurangnya skill pengerajin keramik.

ABSTRACT

Jazilatun Nafilah, 16801007, 2019. *Price Demand Elasticity and Price Elasticity Offer Output in Islamic Perspective Study in Ceramic Souvenirs and CJDW Art Gallery in Dinoyo Ceramic Village Malang*. Thesis, Sharia Economic Program Postgraduate of the State Islamic University of Malang, Advisor (I) Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI, Advisor (II) Eko Suprayitno, M.Sc., Ph.D.

Keywords: Demand Elasticity, Offer Elasticity, Islamic Perspective

Ceramic village is one of the central ceramics industries which is still operating in the city of Malang. Along with the development of the ceramics industry today, it has had an impact on Dinoyo's demand and supply of ceramics over the past five years. The purpose of this study is to explain Changes in Demand Price Elasticity and the Elasticity of Ceramics Offer Prices in Islamic Perspectives, as well as Factors Causing Changes in the Price Elasticity of Ceramics in the Islamic Perspective. The objects in this study were Cjdw Art Gallery and Ceramic Souvenirs by taking informants: two store owners, two producers, two craftsmen, two buyers and the head of the community of ceramics.

This research method uses qualitative descriptive. Data collection uses observation, interview and direct survey methods. Data analysis uses analysis of demand price elasticity, bid price elasticity based on Islamic perspective. The results of this study indicate that there have been changes in the price of demand and the offer price of Ceramic Souvenirs for the past five years. Whereas CJDW Art Gallery has no change in the price of the request or the price of the offer. Factors that influence changes in the price of demand and supply of ceramics include: an increase in the price of ceramic raw materials, the emergence of ceramics craftsmen from other cities and countries, and the lack of skills of ceramics craftsmen.

المخلص

جازيلتون نافيلة، ١٦٨٠١٠٠٧، عام ٢٠١٩. مرونة الأسعار العرض والطلب للإخراج في منظور إسلامي دراسة عن الهدايا التذكارية وجاليري فنون السيراميك كيدو دينيو مالانغ. أطروحة، البرامج الاقتصادية ، م. ل. للدراسات الإسلامية الإسلامية الدولة جامعة مالانغ، المشرف (١) منير ميسباهول الدكتور حاء، ، دكتوراه. M.Si. الصناعات الاستخراجية، والمشرف (٢) منظمة التعاون الاقتصادي سوبرايبنتو،

الكلمات الرئيسية: المرونة، ومرونة العرض، الطلب من منظور إسلامي

قرية السيراميك هي واحدة من الصناعات الخزفية المركزية التي لا تزال تعمل في مدينة مالانج. جنبا إلى على دينيو جنب مع تطور صناعة السيراميك اليوم ، فقد كان لها تأثير على الطلب والعرض من السيراميك مدى السنوات الخمس الماضية. الغرض من هذه الدراسة هو شرح التغييرات في مرونة أسعار الطلب ومرونة أسعار السيراميك في المنظورات الإسلامية ، وكذلك العوامل المسببة للتغيرات في مرونة أسعار الهدايا التذكارية الخزفية السيراميك في المنظور الإسلامي. الكائنات في هذه الدراسة كانت معرض الفنون جاليري فنون كجدو.

تستخدم طريقة البحث هذه وصفية نوعية. يستخدم جمع البيانات طرق الملاحظة والمقابلة والمسح المباشر. يستخدم تحليل البيانات تحليل مرونة سعر الطلب ، ومرونة سعر العرض بناءً على المنظور الإسلامي. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه كانت هناك تغييرات في سعر الطلب وسعر العرض للهدايا التذكارية لا يوجد لديه تغيير في سعر الطلب أو سعر العرض. الخزفية على مدار السنوات الخمس الماضية. بينما تشمل العوامل التي تؤثر على التغييرات في سعر الطلب والعرض من السيراميك: زيادة في أسعار المواد الخام الخزفية ، وظهور الحرفيين السيراميك من المدن والبلدان الأخرى ، ونقص مهارات الحرفيين السيراميك.

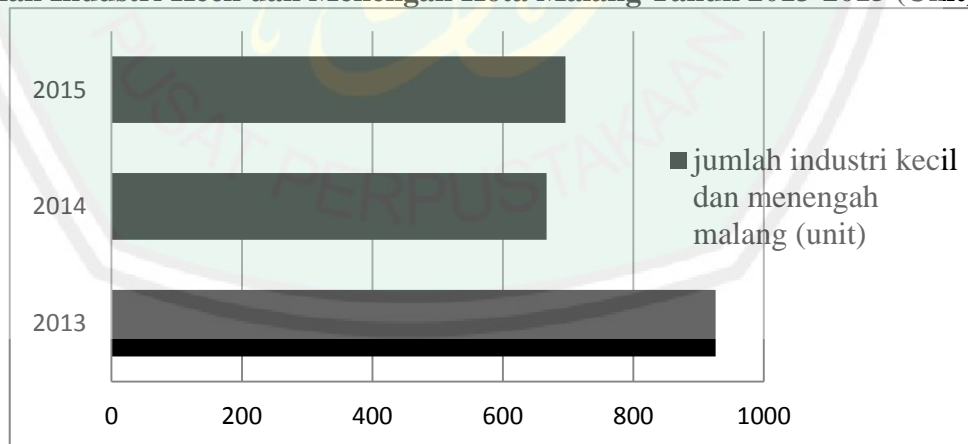
BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Menjadi salah satu bagian kota besar dari provinsi Jawa Timur, kota Malang dikenal memiliki banyak perguruan tinggi, industri yang maju dan berbagai objek pariwisata di Jawa Timur. Di kota Malang industri kecil menjadi salah satu penggerak roda perekonomian dan berperan besar pada pola pertumbuhan ekonomi kota Malang saat ini. Industri mikro atau kecil di Malang ini tersusun atas industri manufaktur padat karya. Dalam perkembangannya, industri kecil dan menengah kota Malang cenderung mengalami fluktuatif tiap tahunnya.

Gambar 1.1
Jumlah Industri Kecil dan Menengah Kota Malang Tahun 2013-2015 (Unit)



Sumber: Kota Malang Dalam Angka 2018, Badan Pusat Statistik Kota Malang

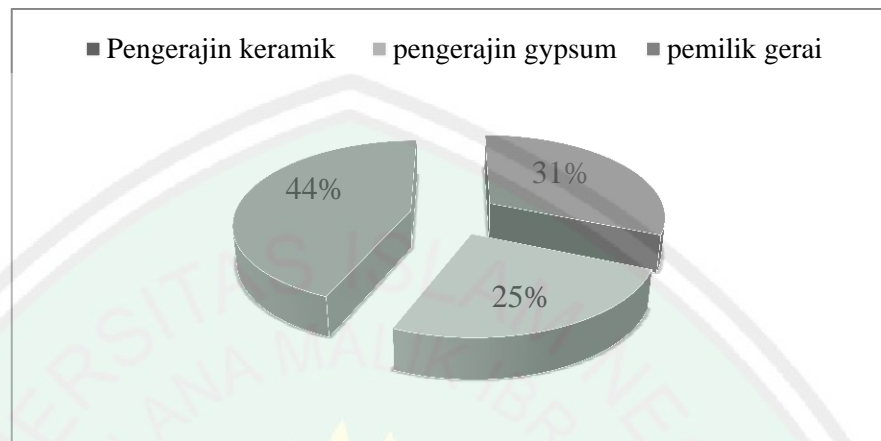
Penurunan industri kecil dan menengah kota Malang terjadi pada tahun 2014, yang pada mulanya sebanyak 926 unit usaha industri di tahun

2013 menjadi 667 unit usaha industri di tahun 2014. Peningkatan industri kecil dan menengah kota Malang kemudian terjadi pada tahun 2015 sebanyak 29 unit usaha industri. Munculnya berbagai macam industri baru di kota Malang berdampak secara internal maupun eksternal pada peningkatan pertumbuhan ekonomi Malang. Selain dapat meningkatkan perekonomian, munculnya berbagai industri baru di Malang ini di nilai dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar dan dapat mengurangi pengangguran yang ada.

Salah satu industri unggulan yang telah berkembang di Kota Malang adalah industri keramik dan gerabah. Keramik merupakan produk kerajinan tertua yang dikenal pada kebudayaan dan peradaban manusia. Sentra kerajinan keramik Indonesia sendiri telah banyak tersebar di beberapa daerah Sumatra, Kalimantan, Jawa, Bali, Sulawesi, dan Nusa Tenggara. Banyaknya sentra keramik indoneia yang berasal dari berbagai daerah yang berbeda menghasilkan berbagai hasil kerajinan keramik yang beragam dengan berbagai corak khas dan unik berbagai daerah di Indonesia.

Sentra kerajinan keramik Malang bermula di tahun 1953. Sentra Keramik Dinoyo merupakan salah satu *project* pengolahan keramik yang telah diresmikan oleh wakil presiden Mohammad Hatta tahun 1957. Berkembangnya sentra industri keramik di Dinoyo tidak terhindar dari ketekunan para pengerajin keramik yang selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan keramik Cina, yang selanjutnya mengembangkan kerajinan keramik semi porselen.

Gambar 1.2
Pengerajin Keramik, Gypsum, dan Pemilik Gerai Keramik Tahun 2018



Sumber: Syamsul Arifin, *Wawancara* (Malang, 12 Maret 2019).

Sentra keramik Dinoyo atau kampung keramik Dinoyo terdiri dari 10 pengerajin keramik, 8 pengerajin gypsum, dan 14 gerai yang masih bertahan dari 2015 hingga saat ini. Perbedaan kerajinan keramik Dinoyo terdapat pada warna dan desain alami yang menjadi ciri negara tropis. Selain memiliki desain yang berbeda dengan produk keramik lainnya, keramik hasil produksi Dinoyo memiliki harga yang relatif lebih terjangkau bila dibandingkan dengan produk keramik lain, hal tersebut menjadikan keramik Dinoyo lebih diminati oleh konsumen.

Selain adanya peran aktif dari para pengerajin keramik, berbagai kebijakan pemerintah berperan penting dalam perkembangan industri keramik khususnya industri keramik Dinoyo. Berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan keramik Dinoyo ini diantaranya yaitu usaha-usaha untuk meningkatkan produksi keramik melalui berbagai macam pelatihan yang diberikan kepada para pengerajin

keramik, serta berbagai bantuan peralatan produksi keramik yaitu alat pembakaran keramik. Berbagai macam bantuan dan kebijakan pemerintah memberikan dampak yang positif terhadap arah perkembangan kerajinan keramik.

Produk kerajinan keramik Dinoyo sendiri telah dipasarkan di beberapa Kota di Indonesia seperti Surabaya, Jakarta, Denpasar hingga Medan. Memiliki pangsa pasar yang luas dan berbagai keunggulan lainnya, merupakan faktor yang mempengaruhi perkembangan industri keramik Dinoyo hingga saat ini. Selain memiliki pasar yang luas, pengrajin keramik dinoyo juga selalu aktif mengikuti berbagai acara pameran produk UMKM yang diadakan oleh pemerintah regional, provinsi, nasional, maupun internasional untuk dapat mengenalkan serta memasarkan keramik hasil produksi Dinoyo.

Bertahannya usaha industri keramik Dinoyo sampai saat ini memberikan dampak positif terhadap pengrajin keramik Dinoyo baik secara ekonomi, sosial dan budaya. Dampak ekonomi yang dapat dirasakan secara langsung oleh pengrajin keramik Dinoyo diantaranya berupa meningkatnya perekonomian para pengrajin keramik serta mengurangi pengangguran di sekitar Dinoyo. Sedangkan dampak sosial dan budaya yaitu dengan menjadikan kampung keramik sebagai kampung wisata yang dimaksudkan untuk dapat mengedukasi para wisatawan mengenai asal-usul dan sejarah keramik di Indonesia terutama sejarah keramik Dinoyo serta

para wisatawan dapat berinteraksi secara langsung dengan para pengerajin keramik Dinoyo.

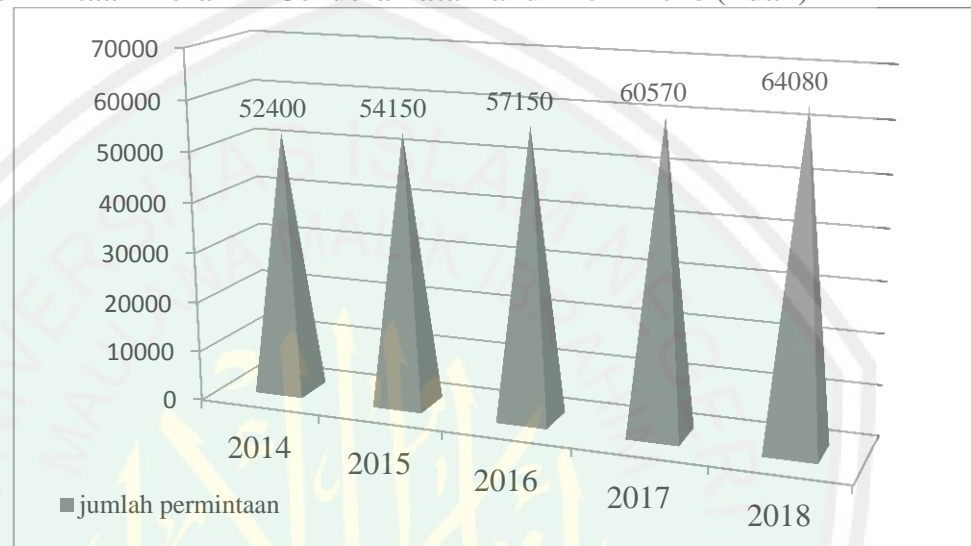
Sama halnya dengan berbagai usaha-usaha lainnya, industri keramik dinoyo juga memiliki berbagai hambatan tersendiri. Hambatan tersebut diantaranya yaitu adanya persaingan harga, perubahan daya beli masyarakat, serta adanya berbagai produk impor dengan bahan yang berbeda serta lebih murah. Dengan adanya berbagai upaya untuk meningkatkan perkembangan industri keramik, banyak membantu pengerajin keramik dalam mempertahankan eksistensinya di industri keramik ini.

Produk yang memiliki jumlah permintaan yang tinggi dan yang paling diminati yaitu berbagai macam keramik hias atau cenderamata diantaranya yaitu souvenir, vas bunga, tungku aroma terapi, dan gelas. Selain berbagai macam keramik hias atau cenderamata, produk keramik lain yang juga diminati oleh para pembeli yaitu berbagai jenis souvenir pernikahan seperti mug dan asbak. Adanya persaingan harga keramik menyebabkan perubahan pada harga keramik Dinoyo Malang.

Terjadinya perubahan pada harga keramik Dinoyo berdampak pada perubahan permintaan dan penawaran keramik Dinoyo Malang. Jumlah permintaan keramik Cenderamata tahun 2014 sebesar 52.400 buah. Peningkatan jumlah permintaan tersebut terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir sebesar 10% sampai tahun 2018. Tahun 2015 jumlah permintaan meningkat menjadi 54.150 buah kerajinan. Peningkatan permintaan kembali terjadi ditahun 2016 dan 2017 yaitu sebesar 57.150

buah dan 60.570 buah. Terakrir permintaan ditahun 2018 meningkat menjadi 64.080 buah kerajinan keramik berbagai bentuk dan corak.

Gambar 1.3
Permintaan Keramik Cenderamata Tahun 2014-2018 (Buah)



Sumber: Syamsul Arifin, *Wawancara* (Malang, 23 Desember 2018)

Permintaan keramik “Cenderamata” di tahun 2015 hingga tahun 2018 cenderung mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan pada hasil penjualan keramik “Cenderamata” dapat dilihat dari grafik 1.1 mengenai permintaan keramik “Cenderamata” tahun 2015-2018. Dari grafik tersebut diketahui bahwa permintaan keramik mengalami peningkatan hingga tahun 2018.

Teori permintaan sendiri, menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan seorang atau masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Diantara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah: harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam

masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, dan ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang¹.

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. tetapi dengan asumsi yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut².

Terdapatnya permintaan belum merupakan syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi dalam pasar. Permintaan yang wujud hanya dapat dipenuhi apabila para penjual dapat menyediakan barang-barang yang diperlukan tersebut. Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya dalam berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor: harga barang itu sendiri, harga barang-barang lain, biaya produksi, tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut, dan tingkat teknologi yang digunakan.

Harga suatu barang dan jumlah suatu barang tersebut yang diperjual belikan, ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjual belikan, secara serentak perlulah dinalisis permintaan dan penawaran terhadap suatu barang tertentu yang wujud dipasar. Keadaan

¹ Sukirno. Sadono, 2013, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Halaman 75-76.

² Ibid., Halaman 76

dipasar dikatakan dalam keseimbangan atau ekuilibrium apabila jumlah yang ditawarkan oleh para penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut³.

Adanya permintaan keramik Cenderamata yang meningkat selama lima tahun belakangan berdampak pada perubahan jumlah barang yang diminta baik dalam bentuk pendapatan, harga keramik, atau berbagai faktor lain yang dikenal dengan Elastisitas. Dalam kaitannya dengan elastisitas yaitu perubahan harga permintaan maupun harga penawaran. Elastisitas digunakan untuk mengetahui derajat kepekaan atas perubahan harga permintaan dan harga penawaran. Perubahan harga permintaan maupun harga penawaran dalam teori ekonomi mengacu pada teori Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran.

Elastisitas harga permintaan adalah perubahan jumlah (kuantitas) dari barang yang diminta sebagai akibat dari adanya perubahan harga, yang diukur dalam persentase. Elastisitas harga permintaan menunjukkan seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga. Elastisitas harga permintaan juga bisa dipandang sebagai derajat sensitivitas dari jumlah barang yang diminta dalam memberikan respons terhadap perubahan harga barang⁴.

Menurut Mankew, *The price elasticity of demand measures how much the quantity demanded responds to a change in price*. Elastisitas harga permintaan mengukur seberapa banyak permintaan barang dan jasa berubah

³³ Ibid., Halaman 85-90

⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2014, *Ekonomi Islam*, Depok: Rajagrafindo Persada. Halaman 211

ketika harganya berubah. Atau dengan ungkapan lain, elastisitas harga permintaan adalah derajat kepekaan/ respons jumlah permintaan akibat perubahan harga barang. Permintaan suatu barang dikatakan elastis apabila jumlah permintaan berubah banyak karena harga berubah, sedangkan permintaan dikatakan inelastis apabila jumlah permintaan mengalami sedikit perubahan ketika harga berubah⁵.

Secara umum tidak banyak perbedaan antara teori permintaan konvensional dengan Islami sejauh hal itu dikaitkan dengan variabel atau faktor yang turut berpengaruh terhadap posisi penawaran. Bahkan bentuk kurva secara umum pada hakikatnya sama. Satu aspek penting yang memberikan suatu perbedaan dalam perspektif ini kemungkinan besar berasal dari landasan filosofi dan moralitas yang didasarkan pada premis nilai-nilai Islam⁶.

Permintaan dan penawaran islam, dalam penentuan pilihan tidak bisa tanpa aturan, sebab semua sendi kehidupan telah ditur dan dipandu oleh Allah SWT lewat Al-Qur'an dan Sunnah. Sehingga sebagai manusia harus selalu patuh pada aturan-aturan syariah yang ada. Adapun keinginan manusia tidak terbatas dianggap sebagai hal yang alamiyah dan bersifat sunatullah serta merupakan fitrah manusia⁷.

⁵ Dr. Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, 2013, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, Halaman 80

⁶ Hafid, Abdul, Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam, *Jebis*, Volume 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015, Halaman 207

⁷ Aravik. Havis, 2017, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Depok: Kencana, Halaman 9

Ibnu khaldun menekankan bahwa kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya. Ia percaya bahwa akibat dari rendahnya harga akan merugikan pengerajin dan pedagang, sehingga mereka keluar dari pasar, sedangkan akibat dari tingginya harga akan menyusahkan konsumen terutama kaum miskin yang menjadi mayoritas dalam sebuah populasi. Karena itu Ibnu Khaldun berpendapat bahwa harga rendah untuk kebutuhan pokok harus diusahakan tanpa merugikan produsen⁸.

Dapat dipahami bahwa untuk mencapai suatu tujuan, maka diperlukan suatu pengorbanan. Namun, jika pengorbanan tersebut lebih besar dari hasil yang diharapkan, maka dapat dipastikan bahwa telah terjadi pemubaziran atas suatu sumber daya. Perilaku mencegah *wasting* ini diinginkan oleh setiap pelaku karena dengan terjadinya kemubaziran berarti telah terjadi pengurangan dari sumber daya yang dimiliki tanpa kompensasi berupa hasil yang sebanding⁹.

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *mashlahah* sekaligus

⁸ Ulya. Husna Ni'matul, Permintaan Penawaran Dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun, *Justitia Islamica*, Volume 12, Nomor 02, 2 Juli-Desember 2015, Halaman 155-156

⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2014, *Ekonomi Islam*, Depok: Rajagrafindo Persada, Halaman 28

kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak di landasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata¹⁰.

Masalah perubahan harga atau Elastisitas, dalam literatur ekonomi islam sudah diperbicangkan oleh ekonom muslim seperti Abu Yusuf. Abu Yusuf adalah seorang ekonom yang memperbicangkan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman yang terjadi pada masanya, ketika terjadi kelangkaan barang, harga cenderung tinggi, sedangkan pada saat barang melimpah, harga cenderung turun.

Namun menurutnya, pada kenyataannya tidak selalu terjadi harga mahal ketika persediaan barang sedikit dan harga murah ketika persediaan barang melimpah. Ia menyatakan kadang makanan berlimpah, tetapi harganya tetap mahal dan kadang makanan sedikit tetapi harganya murah. Abu Yusuf menyatakan tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahalnya harga, murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makanan, hal tersebut ada yang mengaturnya. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah¹¹.

Tidak berbeda dengan pendahulunya, Ibnu Khaldun menyatakan jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, penuh dengan kemewahan, maka harga barang-barang pokok akan menurun, sedangkan barang mewah akan naik. Harga barang mewah akan naik seiring dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan

¹⁰ *Ibid*, Halaman 131

¹¹ Rozalinda, *Op., Cit.*, Halaman 163

permintaan terhadap barang mewah. Ketika barang-barang kebutuhan tersedia sedikit, maka harga akan naik. Namun, terjadi impor barang kebutuhan tersebut sehingga keterediannya melimpah maka harga akan turun¹².

Research Gap pada penelitian ini terlihat pada jurnal Rusli Latimaha yang menggunakan metodologi penelitian FEM (*Fixed Effect Model*) entitas dengan jenis penelitian normatif kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semua variabel independen adalah signifikan. Hasil dari elastisitas harga permintaan, elastisitas harga-silang dan elastisitas pendapatan adalah elastis¹³.

Sedangkan menurut Vukadinović pasar produk di Serbia sebagian tidak elastis karena tidak adanya perubahan permintaan terhadap perubahan harga yang dominan. Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh pada faktor elastisitas permintaan bukan berasal dari perubahan harga. Penelitian Vukadinović ini menggunakan metodologi penelitian normatif kuantitatif dengan menggunakan metode *least squares approximation*¹⁴.

Hampir semua produk memiliki reaksi cepat dari adanya perubahan pada harga. Adanya kenaikan harga barang dan layanan dapat mendorong konsumen untuk mengganti produk yang lebih murah dengan kualitas yang lebih tinggi menurut E. Genchev. Pada penelitian atau jurnal ini E.

¹² Ibid., Halaman 151

¹³ Latimaha. Rusli dan Zakaria Bahari, Elasticity of Demand for Cellular Phone Network Access in Malaysia, *Jurnal Ekonomi Malaysia*, Volume 2, Nomor 50, Year 2016, Page 125

¹⁴ Vukadinović. Predrag, The Analysis Of Indifference And The Price Elasticity Of Demand Between Different Categories Of Agricultural Products, *Economics of Agriculture*, Year of 2017, Volume 64, Nomor 2, Page 671

Genchev menggunakan metode koefisien elastisitas harga permintaan dengan jenis penelitian kuantitatif normatif¹⁵.

Dari pemaparan konteks penelitian, kajian serta beberapa teori yang ada mengenai Elastisitas maka peneliti tertarik untuk menelaah lebih jauh mengenai Elastisitas Permintaan dan Elastisitas Penawaran, dengan mengambil judul penelitian: “Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Output dalam Perspektif Islam (Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Malang)”.

B. Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini dimaksudkan untuk memberi batasan penelitian sehingga terlepas dan tidak terperangkap pada pengumpulan data yang umum atau kurang relevan dengan rumusan dan tujuan penelitian. Fokus penelitian yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah mengenai Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Keramik Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung Keramik Dinoyo Malang dalam Perspektif Islam. Dimana objek utamanya adalah Produsen Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Malang.

¹⁵ E. Genchev and J. Yarkova, Analysis Of Price Elasti City Of Food Products (For The Period 1999-2009), *Trakia Journal of Sciences*, Volume 8, Suppl. 3, Year of 2010 Page 191-194.

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis perubahan elastisitas harga permintaan keramik Dinoyo Malang dalam perspektif islam
2. Menganalisis perubahan elastisitas harga penawaran keramik Dinoyo Malang dalam perspektif islam
3. Menganalisis faktor penyebab perubahan elastisitas harga permintaan dan elastisitas harga penawaran keramik di Dinoyo dalam perpektif islam

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan diperoleh pada penelitian ini yaitu: Menjadi referensi dan perbandingan bagi penelitian serupa yang akan dilakukan khususnya mengenai Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Keramik dalam Perspektif Islam.

a. Manfaat Praktisi

1. Bagi peneliti, Sebagai latihan dan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan menerapkan teori yang telah dipelajari bagi peneliti dan dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan pada penelitian yang serupa oleh pembaca lain yang berminat untuk mempelajari permasalahan yang sama.
2. Bagi Cenderamata dan CJDW Art Galery, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan

evaluasi untuk dapat meningkatkan permintaan dan penawaran keramik di Cenderamata dan CJDW Art Galery.

3. Bagi kalangan akademisi, dapat dijadikan literatur dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran dalam Perspektif Islam.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian terdahulu dan orisinalitas penelitian bertujuan untuk menjaga keaslian penelitian serta menghindari plagiasi pada penelitian serupa yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Berbagai penelitian serupa mengenai elastisitas permintaan dan elastisitas penawaran telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Penelitian serupa yang pernah dilakukan tidak hanya berasal dari penelitian di tingkat domestik melainkan penelitian dari mancanegara. Penelitian tersebut diantaranya yaitu:

Kumar tahun 2010 dengan menggunakan metodologi penelitian Metode Ekonometrik, Permintaan harga dan gandum akan dapat terpenuhi di masa depan dengan marginal surplus / defisit di bawah perencanaan dengan atau tanpa respon pertumbuhan dan luas areal TFP. Namun, sangat mungkin bahwa biji-kacang-kacangan, biji minyak nabati dan gula dapat mengalami kekurangan pasokan permintaan dalam beberapa penelitian tahun kemudian. Kebijakan yang dapat membantu dalam mempertahankan

pertumbuhan TFP dalam jangka panjang akan dapat menjaga keseimbangan antara produksi dalam negeri dan permintaan¹⁶.

Kenaikan harga energi atau makanan dapat menyebabkan perubahan perilaku pembelian yang tidak selalu diprediksi oleh perkiraan elastisitas yang dihitung dengan data yang dikumpulkan di bawah kondisi pasar normal. Penting untuk memahami efek dari keadaan ekonomi seperti itu pada kualitas diet, terutama pada kelompok-kelompok rendah. Kekhawatirannya adalah kenaikan harga pangan atau penurunan pendapatan dalam resesi tekanan untuk membeli makanan dengan biaya terendah, yang membuat makanan olahan dan padat kalori lebih menarik¹⁷ menurut Andreyev ditahun 2010 dengan menggunakan metode penelitian Ekonometrik.

Dengan menggunakan Metode keputusan bauran produk ABC ditahun 2010 Tsai menyatakan bahwa bauran produk yang dipilih dengan ABC memiliki pendapatan tertinggi berdasarkan pada sumber daya yang digunakan dalam produksi. Namun, ketika biaya sumber daya non-diskresioner yang tidak terpakai dikurangkan dari pendapatan, bauran produk yang dipilih dengan model umum yang disempurnakan

¹⁶ Kumar. Praduman. Dkk., Factor Demand, Output Supply Elasticities and Supply Projections for Major Crops of India, *Economics Research Review*, Volume 23, January-June 2010, Page 1-14

¹⁷ Andreyev. Tatiana, Dkk., The Impact of Food Prices on Consumption: A Systematic Review of Research on the Price Elasticity of Demand for Food, *American Journal of Public Health*, Volume 100, Nomor 2, Year Of 2010.

menghasilkan pendapatan tertinggi. fungsi tujuan, kendala terkait, dan solusi optimal setelah menambahkan produk baru ke dalam bauran produk¹⁸.

Menurut E. Genchev ditahun 2010 dengan menggunakan metode koefisien elastisitas harga permintaan menemukan bahwa hampir semua produk makanan (22 dari 23 atau 95,7%) memiliki "reaksi cepat" dari perubahan harga. Sangat mengejutkan bahwa produk memiliki elastisitas permintaan, yang mungkin mudah menemukan penggantinya. Kenaikan harga barang dan layanan dapat mendorong konsumen untuk mengganti produk yang lebih murah dengan harga lebih mahal dengan kualitas yang lebih tinggi¹⁹.

Ditahun yang sama hasil penelitian Lenagala dengan Metode ekonometrik menghasilkan penelitian berupa elastisitas pada umumnya menunjukkan kecenderungan menurun selama periode tersebut, yang menunjukkan bahwa dampak pengentasan kemiskinan terhadap pertumbuhan pendapatan telah melemah. Perbedaan besar di garis kemiskinan, dan umumnya menurun dengan garis kemiskinan yang lebih tinggi. Efek pertumbuhan pendapatan pada kemiskinan menjadi jauh lebih tinggi dari data yang ditunjukkan. Kemiskinan Asia Selatan sekali lagi terlihat jauh lebih rendah dibandingkan dengan seluruh kelompok LDC. India tingkat kemiskinan lebih tinggi daripada di Afrika Sub-Sahara,

¹⁸ Tsai. Wen-Hsien, Price elasticity of demand and capacity expansion features in an enhanced ABC product-mix decision model, *International Journal of Production Research*, Volume 48, Nomor 21, 1 November 2010, Page 6387–6416

¹⁹ *Op. cit.*, E. Genchev and J. Yarkova, Page 191.

elastisitasnya sangat rendah dan telah menurun meskipun terdapat percepatan pertumbuhan pendapatan²⁰.

Dengan menggunakan metode Regresi linear ditahun 2012 Agustian Menunjukkan adanya pasokan output jagung baik di provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat elastis terhadap perubahan harganya, namun tidak elastis terhadap perubahan harga: bibit, urea, TSP dan tenaga kerja. Permintaan input benih, urea, TSP dan area kerja tidak elastis terhadap perubahan harga mereka. Implikasi kebijakan dari penelitian ini adalah upaya peningkatan pasokan jagung dapat dilakukan dengan meningkatkan harga, pengeluaran penelitian jagung, dan infrastruktur jalan²¹.

Ditahun 2013, dengan menggunakan metodologi *Ordinary Least Squares* (OLS) Putri menemukan bahwa Produk Domestik Bruto per kapita dan nilai tukar rupiah terhadap dolar secara signifikan mempengaruhi permintaan kredit di Sumatera Utara tetapi suku bunga kredit konsumen tidak berpengaruh secara signifikan. Elastisitas permintaan kredit konsumen di Sumatera Utara tidak elastis perubahan dalam suku bunga kredit konsumen dan nilai tukar rupiah terhadap dolar, tetapi elastis terhadap PDB per kapita. Ini berarti bahwa permintaan pinjaman konsumen di Sumatera

²⁰ Chakrangi Lenagala dan Rati Ram, Growth elasticity of poverty: estimates from new data, *International Journal of Social Economics*, Volume 37, Nomor 12, Year of 2010, Page 923-932

²¹ Adang Agustian dan Sri Hartoyo, Pendugaan Elastisitas Penawaran Output Dan Permintaan Input Usahatani Jagung, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2012, Halaman 247.

Utara lebih sensitif terhadap perubahan PDB per kapita daripada perubahan suku bunga dan nilai tukar terhadap dolar²².

Ditahun yang sama dengan menggunakan metodologi yang serupa Risty menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik secara signifikan adalah harga, pendapatan dan jumlah tanggungan, sedangkan variabel usia, dan lama pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan nilai elastisitas, nilai elastisitas harga bersifat elastis sedangkan pendapatan, usia, jumlah tanggungan dan lama pendidikan bersifat inelastis. Beras organik merupakan barang normal, artinya permintaan beras organik akan naik ketika pendapatan naik pula²³.

Permintaan sebagian besar barang adalah harga yang tidak elastis, dengan kelambu barang yang paling tidak elastis (-0,12) dan roh menjadi yang paling tidak elastis (-0.8). Dalam kasus bensin, PE jangka pendek relatif rendah PE jangka panjang, mungkin karena orang membutuhkan waktu untuk beradaptasi untuk perubahan harga bensin dan menemukan moda transportasi alternatif²⁴ menurut Nghiem ditahun 2013 dengan menggunakan metodologi Ekonometrik.

Masih ditahun yang sama, Rumah tangga dengan pendapatan disposable per kapita yang lebih rendah mendapatkan untung dari perdagangan dan distribusi pendapatan ditingkatkan setelah perdagangan.

²² Putri. Paulina, dan Inggrita Gusti, Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Kredit Konsumsi di Sumatera Utara, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, Nomor 2, Januari 2013

²³ Risty. Cut, Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kota Medan, *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*, volume 2, Nomor 2, Februari 2013.

²⁴ Nghiem. Nhung, Dkk., Understanding Price Elasticities to Inform Public Health Research and Intervention Studies: Key Issues, *American Journal of Public Health*, Volume 103, Nomor 11, November 2013, Page Of 1954-1961.

Di sisi lain, rumah tangga dengan konsumsi air per kapita lebih rendah mendapat lebih banyak dari menjual air hak dan rumah tangga dengan konsumsi air yang lebih tinggi per kapita membayar lebih untuk membeli hak atas air. Hasil ini kompatibel dengan prinsip pengguna membayar menurut Hung yang menggunakan metodologi ekonometrik²⁵.

Ditahun 2014 menggunakan metodologi Regresi Linear Berganda, Sangadji menemukan bahwa elastisitas kesempatan kerja sangat rendah. Lebih rendah lagi elastisitas kesempatan karena perubahan upah dan sangat tidak signifikan. Juga berpengaruh positif. Artinya jika upah meningkat orang mau bekerja akan meningkat. Elastisitas kesempatan kerja jangka panjang lebih rendah dari jangka pendek. Cukup tinggi peningkatan tenaga kerja yang diinginkan yang nyata-nyata terjadi dihilangkan dalam waktu satu tahun²⁶.

Untuk periode 2002-2007, perkiraan elastisitas harga secara statistik tidak signifikan untuk sebagian besar sektor, menunjukkan bahwa harga tidak berperan dalam perubahan konsumsi listrik. Namun, setelah 2008, sektor-sektor menunjukkan sensitivitas yang lebih tinggi terhadap perubahan harga, diilustrasikan oleh koefisien signifikansi interaksi harga dengan boneka. Kecenderungan umum yang kami temukan adalah bahwa nilai elastisitas yang tidak signifikan sebelum menjadi signifikan, sedangkan

²⁵ Feng Hung, Ming & Bin-Tzong Chie, Residential Water Use: Efficiency, Affordability, and Price Elasticity, *Water Resour Manage*, Number 27, Year Of 2013, Page Of 275–291.

²⁶ Sangadji. Maryam, Analisis Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Sekunder di Provinsi Maluku, *Jurnal Ekonomi*, Volume VIII, Nomor 1, 2014.

yang signifikan menjadi lebih negatif²⁷ menurut Blignaut ditahun yang sama dengan menggunakan metodologi ekonometrik.

Menggunakan metodologi *Distance metric approximated Rotterdam model* (DM-RM) and *Hedonic metric* ditahun 2015, Gulseven mendapatkan hasil penelitian berupa adanya perhatian utama dari produsen adalah untuk menjual produk yang tepat dengan harga yang tepat. Elastisitas harga sendiri menunjukkan bagaimana konsumen akan merespons perubahan harga produk. Elastisitas harga silang menunjukkan bagaimana perubahan harga satu barang akan mempengaruhi permintaan barang lain di pasar. Oleh karena itu, memperkirakan elastisitas tersebut adalah salah satu langkah utama dalam keputusan penetapan harga strategis²⁸.

Tingkat penetrasi telepon seluler sangat terkait dengan faktor-faktor yang utama dalam penelitian ini dan semua variabel sangat signifikan. Semua variabel independen signifikan. Elastisitas harga dari permintaan, elastisitas harga-silang dan elastisitas pendapatan adalah elastis. Telepon rumah merupakan pelengkap dan barang mewah untuk jaringan telepon seluler di Malaysia dan eksternalitas jaringan sangat signifikan ketika kami menggunakan jumlah pelanggan sebagai proxy, Menurut Latimaha ditahun

²⁷ Blignaut. James, Dkk., Sectoral electricity elasticities in South Africa: Before and after the supply crisis of 2008, *South African Journal of Science*, Volume 111 , Number 9/10, Year Of 2014.

²⁸ Gulseven. Osman and Michael Wohlgenant, A quality-based approach to estimating quantitative elasticities for differentiated products: an application to retail milk demand, *Qual Quant*, Number 49, Year Of 2015, Page Of 2077–2096

2016 dengan menggunakan metodologi Regresi Linear dengan Metode Taksiran *OLS (Ordinary Least Square)*²⁹.

Perkiraan ketimpangan-elasticitas peka terhadap pilihan ukuran kemiskinan FGT. Dalam hal efektivitas relatif dari empat pendekatan yang bersaing, studi ini juga menemukan bahwa metode analitis berkinerja terbaik di daerah pedesaan, tetapi buruk di daerah perkotaan ketika ketimpangan meningkat. Ia juga menemukan bahwa pendekatan numerik bekerja paling baik ketika perubahan distributif adalah pada kesenjangan kemiskinan dan kesenjangan kemiskinan kuadrat untuk kedua perubahan marginal dan non-marginal menurut Chukwu dengan metodologi ekonometrik ditahun 2016³⁰.

Dengan menggunakan metodologi yang sama dan ditahun yang sama Islam memperoleh hail penelitian yaitu pertumbuhan di AS didorong oleh segmen masyarakat yang lebih kaya. Orang miskin 'kaya' mendapat manfaat dari pertumbuhan — peningkatan 1% dalam pendapatan tingkat negara per kapita menyebabkan sekitar 0,9% peningkatan pendapatan mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Namun, hubungan ini berkurang ketika menghitung elasticitas pertumbuhan mereka yang berada dalam kemiskinan yang lebih dalam. Dari segi sektor dekomposisi pendapatan menunjukkan bahwa orang miskin 'kaya' mendapat manfaat dari

²⁹ *Op. cit.*, Latimaha, Rusli dan Zakaria Bahari, Page 125

³⁰ Jude Okechukwu Chukwu, Estimating Inequality Semi-elasticity of Poverty Reduction in Nigeria, *Social Indicators Research*, Nomor 131, Year Of 2017, Page Of 1087–1101

peningkatan ukuran sektor jasa, tetapi mereka yang berada dalam kemiskinan yang lebih dalam tidak melihat manfaat ini³¹.

Ditahun 2016 huang menggunakan regresi dan memperoleh hasil pada penelitiannya berupa elastisitas pendapatan antargenerasi secara keseluruhan di Australia antara tahun 2001 dan 2013 berkisar antara 0,11 hingga 0,30. Estimasi yang lebih disukai terletak antara 0,24 dan 0,28. Estimasi elastisitas bervariasi tergantung pada tingkat agregasi (dis) pekerjaan dan ukuran pendapatan yang digunakan: mereka tertinggi ketika pekerjaan tingkat dua digit dan pendapatan per jam digunakan, dan terendah ketika empat Pekerjaan tingkat -digit dan pendapatan tahunan digunakan. Temuan ini menunjukkan bahwa perkiraan elastisitas sensitif terhadap penggunaan data dan metode yang berbeda, dan peneliti harus berhati-hati ketika melakukan perbandingan studi lintas, temporal atau lintas nasional³².

Ditahun yang sama Senthilnathan dengan menggunakan metodologi Matematika Konstruktif menyatakan Adanya hubungan negatif antara perubahan harga dan perubahan total pendapatan; produk tidak elastis dapat menghasilkan hubungan positif antara perubahan harga dan perubahan total pendapatan; dan produk elastisitas unit tidak berdampak pada perubahan total pendapatan sebagai respons terhadap perubahan harga³³.

³¹ T. M. Tonmoy Islam, Estimating the Elasticity of Growth in the US Using the Generalized Means of Income, *Social Indicators Research*, Volume 129, Issue 1, Year Of 2016, Page 95-112

³² Yangtao Huang, A land of the 'fair go'? Intergenerational earnings elasticity in Australia, *Australian Journal of Social Issues*, Volume 51, Issue 3, year of 2016, page of 361-381.

³³ Senthilnathan, S., The Impact of Elasticity on the Firm's Revenue, *International Journal of Science and Research*, Volume 5, Nomor 9, Year Of 2016, Page Of 1728-1731.

Menurut Vukadinović ditahun 2017 menggunakan metodologi *least squares approximation*. Pasar produk pertanian di Serbia sebagian besar tidak elastis karena koefisien tidak elastis dan tidak adanya pengaruh permintaan terhadap perubahan harga. Pengaruh faktor pada elastisitas permintaan yang bukan dari harga, terbukti sangat terasa. Hubungan kedua segmen pasar pertanian (pasar dan toko) juga dianalisis dan ditunjukkan bahwa kedua segmen ini memiliki korelasi yang sedikit³⁴.

Terakhir menurut Hoyos ditahun 2017 menggunakan ekonometrik sebagai metodologi memperoleh Implikasi kebijakan yang patut diperhatikan karena penetapan harga air dianggap sebagai cara yang efisien untuk perencanaan jangka panjang yang berkelanjutan untuk pengelolaan sumber daya air. Hasilnya menyiratkan bahwa pembuat kebijakan mungkin memiliki alasan untuk mengeksplorasi membedakan dampak dari langkah-langkah efisiensi air berdasarkan wilayah³⁵.

Tabel 1.1.
Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Praduman Kumar (2010)	<i>Factor Demand, Output Supply Elasticities and Supply Projections for Major Crops of India</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, jenis penelitian serta perspektif teori.	Subyek penelitian yang serupa
2	Tatiana Andreyev, Dkk. (2010)	<i>The Impact of Food Prices on Consumption: A Systematic Review of Research on the Price Elasticity of Demand for Food</i>	Obyek penelitian, jenis serta metode penelitian.	Menggunakan elastisitas harga permintaan sebagai tema penelitian.

³⁴ Op. Cit. Vukadinović. Page 682

³⁵ Hoyos. David and Alaitz Artabe, 2017

3	Wen-Hsien Tsai (2010)	<i>Price elasticity of demand and capacity expansion features in an enhanced ABC product-mix decision model</i>	Metode penelitian yang digunakan, obyek penelitian, serta perspektif teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas harga permintaan sebagai tema penelitian.
4	E. Genchev (2010)	<i>Analysis Of Price Elasti City Of Food Products (For The Period 1999-2009)</i>	Metode penelitian yang digunakan, serta obyek penelitian	Menggunakan elastisitas harga sebagai tujuan penelitian.
5	Lenagala & RatiRam (2010)	<i>Growth elasticity of poverty: estimates from new data</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, serta jenis penelitian.	Menggunakan elastisitas sebagai tujuan penelitian.
6	Adang Agustian dan Sri Hartoyo (2012)	Pendugaan Elastisitas Penawaran Output & Permintaan Input Usahatani Jagung	Metode penelitian, obyek penelitian, jenis penelitian.	Menggunakan elastisitas permintaan dan penawaran.
7	Paulina Putri dan Inggrita Gusti (2013)	Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Kredit Konsumsi di Sumatera Utara	Metode penelitian, obyek penelitian, jenis penelitian.	Menggunakan elastisitas permintaan sebagai tema penelitian.
8	Cut Risty (2013)	Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kota Medan	Metode penelitian, obyek penelitian, dan jenis penelitian.	Menggunakan elastisitas permintaan.
9	Nhung Nghiem, Dkk., (2013)	<i>Understanding Price Elasticities to Inform Public Health Research and Intervention Studies: Key Issues</i>	Metode penelitian yang digunakan, obyek penelitian, serta perspektif teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas harga sebagai permasalahan penelitian.
10	Ming-Feng Hung & Bin-Tzong Chie (2013)	<i>Residential Water Use: Efficiency, Affordability, and Price Elasticity</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, serta perspektif teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas harga sebagai permasalahan penelitian.
11	Maryam Sangadji (2014)	Analisis Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Sekunder di Provinsi Maluku	Metode penelitian, obyek, serta teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas sebagai permasalahan penelitian.

12	James Blignaut, Dkk., (2014)	<i>Sectoral electricity elasticities in South Africa: Before and after the supply crisis of 2008</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, dan jenis penelitian	Menggunakan elastisitas sebagai permasalahan penelitian.
13	Osman Gulseven and Michael Wohlgenant (2015)	<i>A quality-based approach to estimating quantitative elasticities for differentiated products: an application to retail milk demand</i>	Metode penelitian yang digunakan, obyek penelitian, jenis penelitian serta perspektif teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas sebagai permasalahan pada penelitian yang digunakan.
14	Rusli Latimaha (2016)	<i>Elasticity of Demand for Cellular Phone Network Access in Malaysia</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, dan jenis penelitian.	Menggunakan elastisitas permintaan.
15	Jude Okechukwu Chukwu (2016)	<i>Estimating Inequality Semi-elasticity of Poverty Reduction in Nigeria</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas sebagai tema penelitian yang digunakan
16	T. M. Tonmoy Islam (2016)	<i>Estimating the Elasticity of Growth in the US Using the Generalized Means of Income</i>	Metode penelitian yang digunakan, obyek penelitian, serta teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas sebagai tema penelitian yang digunakan
17	Yangtao Huang (2016)	<i>A land of the 'fair go'? Intergenerational earnings elasticity in Australia</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, serta teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas sebagai permasalahan penelitian yang digunakan
18	Senthilnathan, S. (2016)	<i>The Impact of Elasticity on the Firm's Revenue</i>	Metode penelitian, obyek penelitian.	Subyek penelitian yang sama
19	Predrag Vukadinović, Dkk. (2017)	<i>The Analysis Of Indifference And The Price Elasticity Of Demand Between Different Categories Of Agricultural Products</i>	Metode penelitian yang digunakan, obyek penelitian, jenis penelitian serta perspektif teori yang digunakan.	Menggunakan elastisitas harga permintaan sebagai tema penelitian yang digunakan
20	David Hoyos & Alaitz (2017)	<i>Regional Differences in the Price Elasticity of Residential Water Demand in Spain</i>	Metode penelitian, obyek penelitian, serta teori.	Menggunakan elastisitas harga sebagai tema penelitian

F. Definisi Istilah

Berdasarkan pemaparan fokus penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka untuk menghindari kesalahan dalam menginterpretasikan judul pada penelitian dapat dijabarkan definisi istilah pada penelitian Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Output dalam Perspektif Islam, yaitu:

1. Elastisitas

Elastisitas merupakan suatu indeks (bilangan) yang menggambarkan hubungan kuantitatif antara variabel dependen dengan variabel independen. Dengan demikian elastisitas dapat didefinisikan sebagai persentase perubahan variabel dependen sebagai akibat perubahan variabel independen sebesar satu persen³⁶.

2. Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah jumlah (kuantitas) dari barang yang diminta sebagai akibat dari adanya perubahan harga, yang diukur dalam persentase. Elastisitas harga menunjukkan seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga³⁷.

3. Permintaan

Permintaan adalah kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode

³⁶ Suprayitno. Eko, 2008, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, Halaman 131.

³⁷ P3EI, 2014, *Op. Cit.*, Halaman 211

tertentu. Dengan kata lain, orang bersedia untuk membeli untuk memberi penekanan konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat harga³⁸.

4. Penawaran

Penawaran diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain: harga barang itu sendiri, harga dari masukan-masukan (input), teknologi, pajak, cuaca/ iklim, dan sebagainya³⁹.



³⁸ Nasution, Mustafa Edwin, dkk. 2006, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Media Group, Halaman 80

³⁹ Suprayitno, *Op. Cit.*, Halaman 71

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perspektif Teoritik Masalah Penelitian

1. Teori Permintaan

Dalam kegiatan perekonomian sehari-hari, praktek permintaan dan penawaran cenderung memonopoli kegiatan perekonomian baik dalam skala mikro maupun makro. Kekuatan permintaan dan daya dorong penawaran produsen berimbas pada taraf kemakmuran rumah tangga maupun suatu negara. Adanya dampak yang vital terhadap kegiatan perekonomian rumah tangga atau negara menjadikan praktek permintaan dan penawaran menjadi pokok kajian utama dalam kegiatan perekonomian¹.

Pengertian permintaan yaitu bermacam bentuk dan banyak barang dan jasa yang diminta oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada kurun waktu tertentu di pasar. Dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harga barang pada analisis ekonomi. Karena itu, pada teori permintaan yang ada yang telah dianalisis adalah hubungan mengenai jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut².

¹ Putong. Iskandar, 2005, *Teori Ekonomi Mikro: Kajian Konvensional dan Wacana Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media, Halaman 35

² Sukirno. Sadono, 2013, *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Halaman 76

Menurut soeharno permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang. Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara harga (P) dengan jumlah yang diminta (Qd). Definisi permintaan suatu barang adalah berbagai kuantitas barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harganya³.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang, diantaranya adalah: tingkat pendapatan atau pendapatan rata-rata, harga barang yang dimaksud, jumlah penduduk atau jumlah populasi, preferensi atau gengsi, estimasi di masa yang akan datang, harga komoditi lain atau barang substitusi, distribusi barang, dan lain-lain.

Apabila faktor-faktor tersebut dianggap tetap, maka hanya harga yang akan menentukan permintaan, yang artinya besar kecilnya perubahan harga akan menentukan tinggi rendahnya perubahan permintaan barang. Dalam hal ini akan berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran. Sebagai mana konsep asli Alfred Marshall, maka perbandingan terbalik antara harga dengan permintaan disebut sebagai hukum permintaan⁴.

³ Soeharno, 2006, *Mikro Ekonomi*, Yogyakarta: Andi Offset, Halaman 13-14.

⁴ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 36

Suatu hukum yang menjelaskan mengenai hubungan negatif antara tingkat harga dengan jumlah produk yang diminta, atau konsep yang memaparkan mengenai bagaimana sifat dan hubungan antara permintaan terhadap suatu produk dengan harganya yang kemudian dikenal dengan sebutan hukum permintaan. Hukum ini berlaku pada keadaan *ceteris paribus*, artinya hukum permintaann itu hanya berlaku jika keadaan atau faktor selain harga tidak berubah atau dianggap tetap, dan faktor lain selain harga dianggap konstan atau diasumsikan tetap nilainya⁵.

Teori permintaan menjelaskan mengenai hubungan antara permintaan kepada harga. Perbandingan tersebut berbanding lurus antara permintaan terhadap harga barang, jika permintaan mengalami peningkatan maka harga cenderung akan naik, dan berlaku sebaliknya. Hubungan positif antara permintaan dan harga ini saling bersangkutan terhadap naik atau menurunnya pendapatan dan jenis produk yang akan dibeli⁶.

Demand Function atau fungsi permintaan yaitu persamaan yang menyatakan interaksi antara kuantitas barang yang diminta serta faktor yang mempengaruhinya. Kajian matematis yang digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen dan harga dinamakan dengan fungsi permintaan. Fungsi permintaan akan menunjukkan keterikatan antara

⁵ Amaliawati, Lia dan Asfia Murni, 2015, *Ekonomika Murni*, Bandung: Rafika Aditama. Halaman 38

⁶ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 37

variabel jumlah permintaan dengan variabel atau faktorfaktor yang mempengaruhinya⁷.

2. Teori Penawaran

Penawaran suatu produk adalah berbagai kuantitas produk (Q_s) di mana produsen bersedia menjualnya pada berbagai harga alternatif. Antara harga dan jumlah yang ditawarkan memiliki hubungan positif. Artinya, kalau harga naik maka jumlah yang ditawarkan meningkat⁸. Penawaran adalah banyaknya jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen terhadap suatu pasar tertentu, pada waktu tertentu dan pada nilai harga tertentu. Sepertihalnya dengan permintaan, nilai barang yang ditawarkan dan penawaran dikenal dengan teori mengenai penawaran⁹.

Fungsi penawaran adalah fungsi yang menggambarkan hubungan antara jumlah yang ditawarkan (Q) dengan harga (P). Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai kuantitas yang ditawarkan pada berbagai alternatif harga¹⁰. Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produsen dalam menawarkan produk, diantaranya yaitu: harga produk tersebut, harga produk lain atau harga bahan baku, kebijakan dari pemerintah, modal, tingkat konsumsi

⁷ Amaliawati, *Op. Cit.*, Halaman 37

⁸ Soeharno, *Op. Cit.*, Halaman 19

⁹ Putong, *Op. Cit.*, Halaman 49

¹⁰ Soeharno, *Op. Cit.*, Halaman 19

masyarakat atau permintaan, biaya produksi, tujuan produksi perusahaan, teknologi, dan sebagainya¹¹.

Jika beberapa faktor penawaran tersebut dianggap konstan semua selain harga barang itu sendiri, maka penawaran hanya akan ditetapkan oleh perubahan harga, artinya besar kecilnya perubahan pada harga barang akan berdampak pada perubahan penawaran. Dalam hal ini akan bandingan lurus antara harga barang terhadap kuantitas barang yang akan ditawarkan oleh produsen. Menurut Alfred Marshall, perbandingan lurus antara harga barang terhadap penawaran barang tersebut merupakan hukum penawaran¹².

Pada dasarnya hukum penawaran mengatakan bahwa makin naik harga barang, maka akan semakin banyak kuantitas barang tersebut akan ditawarkan oleh para produsen. Sebaliknya, jika semakin rendah harga suatu barang maka akan semakin berkurang kuantitas barang tersebut yang ditawarkan. Hukum penawaran adalah pernyataan yang memaparkan mengenai sifat hubungan antara harga barang dan kuantitas suatu barang yang ditawarkan oleh para penjual. Pada hukum ini jelaskan mengenai keinginan para produsen untuk menawarkan barangnya apabila hargan barang tersebut tinggi dan keinginannya untuk menawarkan barang tersebut apabila harganya rendah¹³.

¹¹ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 49

¹² Putong. *Op. Cit.*, Halaman 49

¹³ Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 85-88

3. Teori Elastisitas

Dalam prakteknya, teori elastisitas jarang digunakan untuk menentukan strategi dalam bisnis. Penyebab utama dari jarangya menggunakan teori elastisitas adalah sukarnya mendapatkan data yang telah terukur dan berurutan dari waktu ke waktu, padahal efektif tidaknya penggunaan teori elastisitas bergantung pada tersedianya data yang akurat¹⁴.

Elastisitas merupakan tingkat sensitivitas kuantitas barang yang ditawarkan kepada salah satu faktor yang mempengaruhi fungsi suatu permintaan atau penawaran. Elastisitas pada umumnya dipakai untuk menggambarkan respon atau perubahan jumlah barang yang diminta apabila pendapatan, harga, atau faktor lainnya berubah. Derajat sensitivitas kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga atau faktor lainnya sangatlah penting karena hal tersebut berdampak pada kestabilan harga di pasar¹⁵.

Pada ilmu ekonomi terdapat dua jenis elastisitas, elastisitas permintaan (*demand elasticity*), dan elastisitas penawaran (*supply elasticity*). Elastisitas permintaan yaitu lonjakan barang ataupun penurunan barang permintaan yang cukup besar. Apabila di definisikan, elastisitas permintaan merupakan besarnya perubahan permintaan yang muncul dari akibat adanya perubahan harga. Suatu permintaan akan dinyatakan elastis bila jumlah barang yang diminta mengalami banyak

¹⁴ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 111

¹⁵ Gunawan, Karebet, 2010, *Ekonomi Mikro*, Cetakan 1, Kudus: Nora Media Enterprise, Halaman 38

perubahan akibat harga barang berubah. Sebaliknya, suatu permintaan akan dinyatakan inelastis apabila jumlah barang yang diminta sedikit berubah akibat perubahan harga¹⁶.

Elastisitas permintaan yaitu perubahan harga atau determinan permintaan lain misalnya pendapatan atau harga barang lain, dapat ditanggapi dengan luwes (responsif) atau kurang luwes/ kurang responsif. Sejauh mana respons mereka terhadap perubahan harga barang, harga barang lain atau pendapatan konsumen, ini dapat dilihat dari koefisien elastisitas. Koefisien elastisitas adalah suatu angka yang menggambarkan rasio antara persentase perubahan jumlah yang diminta dengan persentase perubahan harga¹⁷.

Karakteristik dari fungsi permintaan adalah perubahan derajat sensitivitas jumlah permintaan terhadap salah satu faktor yang mempengaruhinya. Ukuran derajat sensitivitas ini dikenal dengan elastisitas. Elastisitas permintaan menghitung perubahan relatif dalam jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan salah satu faktor yang mempengaruhi¹⁸.

Koefisien elastisitas permintaan merupakan suatu angka petunjuk yang menggambarkan besarnya jumlah perubahan suatu permintaan barang, dengan perubahan harga barang tersebut. Koefisien elastisitas permintaan dihitung dengan membagi persentase perubahan jumlah

¹⁶ Wahyu Adji, Suwerli, Suratno, 2007, *Ekonomi Jilid 1*, Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, Halaman 73

¹⁷ Soeharno, *Op. Cit.*, Halaman 15

¹⁸ Rianto.Nur, Amalia.Euis, 2010, *Teori Mikro ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, Halaman 55

permintaan barang dengan persentasi perubahan harga. Dengan permisalan tersebut dapat dirumuskan dalam bentuk:

$$E_d = \frac{\frac{Q_1 - Q}{Q}}{\frac{P_1 - P}{P}} \quad \dots \text{sumber Sadono Sukirno, 2009,}$$

Halaman 106

Dimana :

P = harga awal

P₁ = perubahan harga

Q = jumlah permintaan barang

Q₁ = perubahan jumlah permintaan barang

Dengan rumus tersebut besarnya koefisien elastis permintaan, atau elastisitas permintaan dapat dihitung jika telah diketahui besarnya perubahan harga dan perubahan jumlah yang diminta. Akan tetapi, pada perhitungan rumus tersebut terdapat kelemahan dimana angka koefisien elastisitas yang telah dihitung akan memiliki hasil berbeda. Untuk menghitung koefisien elastisitas yang telah disempurnakan dapat menggunakan rumus sebagai berikut¹⁹:

$$E_d = \frac{\frac{Q_1 - Q}{(Q + Q_1)/2}}{\frac{P_1 - P}{(P + P_1)/2}} \quad \dots \dots \text{(Sadono Sukirno, 2009, Halaman 108)}$$

Dimana permintaan barang akan menjadi elastis apabila $e > 1$, inelastis bila $e < 1$, dan elastis uniter bila $e = 1$. Koefisien elastisitas harga permintaan antara dua titik pada suatu kurva permintaan disebut

¹⁹ Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 106-108

elastisitas busur (*arcelasticity*). Koefisien elastisitas harga permintaan berbeda pada tiap titik sepanjang kurva permintaan²⁰.

Sebaliknya elastisitas penawaran digunakan untuk mengukur responsive penawaran sebagai pangaruh dari perubahan harga. Elastisitas penawaran memiliki sifat yang serupa dengan elastisitas permintaan, terdapat lima jenis elastisitas permintaan yaitu: elastis sempurna, elastisitas uniter, elastis, tidak elastis sempurna dan tidak elastis.

Elastis sempurna akan terbentuk apabila penjual sanggup menjual seluruh barangnya pada tingkat harga tertentu. Bentuk kurva dari penawaran akan sejajar pada sumbu datar. Bentuk kurva penawaran tidak elastis sempurna akan sejajar pada sumbu tegak, apabila penjual tidak dapat meningkatkan penawarannya walaupun harga meningkat tinggi.

Kurva penawaran elastis, tidak elastis, dan elastisitas uniter. Pada kurva elastisitas penawaran uniter kurva tersebut berawal dari titik 0. kurva penawaran tidak elastis terjadi ketika terdapat perubahan harga yang menyebabkan perubahan kecil terhadap penawaran barang. Sedangkan pada kurva penawaran elastis akan terjadi jika perubahan harga yang ada menimbulkan perubahan yang besar terhadap penawaran barang²¹. Koefisien elastisitas penawaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

²⁰ Salvatore. Domonick, 2007, *Teori dan Soal-Soal Mikroekonomi*: Edisi Ke Empat, Jakarta: Erlangga, Halaman 33-34

²¹ Sukirno.Sadono, *Op. Cit.*, Halaman 117-119

$$E_s = \frac{\frac{Q_B - Q_A}{Q_Q}}{\frac{P_B - P_A}{P_A}} \dots\dots(\text{Sadono Sukirno, 2009, Halaman 117})$$

Diketahui E_s merupakan koefisien elastisitas penawaran, Q_B merupakan kuantitas barang baru yang ditawarkan, Q_A yaitu jumlah penawaran asal, P_B adalah tingkat harga baru, sedangkan P_A merupakan tingkat harga awal. Sama halnya dengan perhitungan elastisitas permintaan, perhitungan pada koefisien elastisitas penawaran dengan rumus tersebut juga akan menghadapi permasalahan yang sama yaitu diperolehnya dua nilai koefisien elastisitas. Untuk memecahkan permasalahan tersebut digunakanlah rumus titik tengah²².

4. Elastisitas Harga Permintaan, Elastisitas Silang (EC) dan Elastisitas Permintaan dari Pendapatan (EY)

Elastisitas permintaan harga adalah derajat kepekaan dari jumlah, barang/ jasa yang diminta atau faktor produksi terhadap perubahan harga. Alfred Marshal memberikan pengertian koefisien elastisitas harga (e) mengukur presentase perubahan jumlah barang/ jasa yang diminta karena adanya persentase perubahan harga tertentu dari barang/ jasa itu²³.

Guna menghitung jumlah persentase perubahan pada barang yang diminta karena adanya perentase perubahan pada harga tertentu dari barang yang di minta tersebut digunakanlah koefisien elatisitas harga.

²² Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 117-118.

²³ Suprayitno. *Op. Cit.*, Halaman 139.

Adanya korelasi terbalik antara harga dan jumlah barang, maka koefisien dari elastisitas harga permintaan berlawanan negatif. Oleh sebab itu, untuk dapat menghindari nilai negatif seperti pada pembahasan, maka lambang negatif tersebut sering kali digunakan ke dalam rumus e . Apabila ΔQ menggantikan perubahan jumlah barang yang diminta sebab adanya perubahan pada harga barang tersebut ΔP , maka akan diperoleh:

$$e = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = - \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad \dots(\text{Dominick Salvatore, 2007, Halaman$$

35)

Dimana permintaan menjadi elastis bila $e > 1$, inelastis bila $e < 1$, dan menjadi elastis uniter bila $e = 1$. Koefisien elastisitas harga permintaan diantara dua titik pada kurva permintaan dikenal dengan elastisitas busur (*arc elasticity*). Koefisien elastisitas harga permintaan berlainan pada setiap titik sepanjang kurva permintaan.

Elastisitas busur semata-mata melambangkan suatu perkiraan, perkiraan ini akan sesuai apabila busur tersebut semakin kecil dan mencapai titik dalam limit. Kurva permintaan yang berbentuk garis lurus akan memperpanjang hingga memotong tiap-tiap sumbu adalah elastisitas titik tengahnya, elastisitas uniter pada titik tengahnya, dan inelastis dibawah titik tengahnya. Tidak terdapat generalisasi untuk kurva permintaan semacam itu *curvilinear*²⁴.

Elastisitas silang (*Cross Elasticity*) adalah koefisien yang digunakan untuk mengukur perubahan dua jenis barang pada beragam

²⁴ Salvatore. *Op. Cit.*, Halaman 33-34

tingkat harga masing-masing. Yang dimaksud dengan perubahan ini yaitu berapa banyaknya dampak yang diakibatkan oleh tingginya harga barang X atas permintaan barang Y maupun sebaliknya. Untuk menentukan koefisien jika harga barang Y berdampak pada permintaan barang X maka digunakan rumus:

$$Ec_{y-x} = \frac{\Delta PX}{\Delta PY} X \frac{\Sigma PY/n}{\Sigma QX/n} \dots\dots(\text{Iskandar Putong, 2003,}$$

Halaman 56)

Apabila harga pada barang X mempengaruhi jumlah permintaan barang Y:

$$Ec_{x-y} = \frac{\Sigma QY}{\Sigma PX} X \frac{\Sigma PX/n}{\Sigma QY/n} \dots\dots(\text{Iskandar Putong, 2003,}$$

Halaman 56)

Dimana: QX merupakan permintaan barang X, PY adalah harga barang Y, QY yaitu permintaan barang Y, PX adalah harga barang X, dan E_c merupakan elastisitas silang. Nilai E_c berada pada takterhingga negatif \rightarrow tak terhingga positif. Bila koefisiennya positif, kemudian barang yang dimaksud merupakan barang substitusi. Apabila negatif, maka barang tersebut merupakan barang komplementer (pelengkap)²⁵.

Nilai E_c untuk barang substitusi adalah positif, artinya bahwa kenaikan harga suatu barang mengakibatkan naiknya jumlah barang yang diminta, dan sebaliknya penurunan harga suatu barang mengakibatkan turunnya jumlah barang yang diminta. Misal, naiknya harga mobil

²⁵ Putong. Iskandar, 2003, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: Ghalia Indonesia, Halaman 55-56

mengakibatkan kenaikan permintaan bus kota karena orang kurang menggunakan mobil dan lebih banyak naik bus kota untuk bepergian.

Nilai E_c untuk barang komplementer adalah negatif, artinya bahwa kenaikan harga suatu barang mengakibatkan penurunan jumlah permintaan barang komplementer. Misal kenaikan harga ban mobil mengakibatkan menurunnya permintaan terhadap mobil karena *spare part* yang mahal, maka orang lebih suka untuk menggunakan bus kota²⁶.

Elastisitas permintaan pada pendapatan merupakan koefisien ED yang memaparkan tingkah laku konsumen dalam memakai pendapatannya untuk membelanjakan beraneka barang. ΔQ merupakan pergantian barang yang diminta, dan ΔY adalah perubahan pendapatan. Maka, rumus untuk menghitung koefisien jenis ini adalah²⁷:

$$EY = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{\Sigma Y/n}{\Sigma Q/n} \dots\dots (\text{Iskandar Putong, 2003, Halaman 58})$$

Perubahan pada pendapatan akan menjadi positif dengan jumlah barang yang diminta, apabila koefisien ED bernilai positif. Maknanya apabila pendapatan naik, maka akan diikuti kenaikan permintaan dari barang. Samahalnya jika pendapatan turun, maka permintaan akan mengikuti. Jika koefisien ED bernilai negatif, perubahan pendapatan akan menjadi negatif dengan permintaannya. Yang maknanya jika pendapatan meningkat, maka permintaan barang akan menurun. Dan

²⁶ Suprayitno. *Op.Cit.*, Halaman 149

²⁷ Putong, *Op. Cit.*, Halaman 58

menjadi sebaliknya, apabila pendapatan turun, maka barang yang diminta akan naik.

EY dikatakan elastis bila lebih besar dari satu dan inelastis bila lebih kecil dari angka satu. Yang dimaksud dengan lebih kecil dari satu adalah nilai yang kurang dari +1 kebawah. EY positif elastis atau inelastis mengindikasikan barang yang diminta adalah barang yang normal, yaitu barang yang adalah kebutuhan pokok. EY yang bernilai negatif, biasanya merupakan barang inferior merupakan barang yang merupakan salah satu alternatif untuk mencapai kebutuhan²⁸.

5. Faktor Penentu Elastisitas

Terdapat dua faktor yang dinyatakan penting dalam menentukan elastisitas pada penawaran, berupa: sifat perubahan biaya produksi dan jangka waktu penawaran dianalisis. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan nilai elastisitas atau yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah:

a) Barang substitusi

Barang yang mempunyai manfaat dan kegunaan yang menyerupai barang utamanya. Barang substitusi ada yang termasuk barang yang biasa dan barang substitusi dekat. Barang substitusi dekat merupakan barang yang fungsi dan pemakaiannya samahalnya dengan barang utama, namun berbeda merek, kemasan dan pelayanannya.

²⁸ *Ibid*, Halaman 58

Semakin banyak nilai substitusi barang, maka akan semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk berganti dari barang utama jika timbul fluktuasi pada harga barang. Secara teoritis, apabila sebuah barang mempunyai barang substitusi maka permintaannya relatif elastis ($ED > 1$), yaitu ketika harga naik 1%, kemudian permintaan barang akan turun di atas 1%. Demikian juga sebaliknya.

b) Persentase pendapatan yang dikeluarkan atau jenis barang

Konsumen akan cenderung mennyisihkan sebagian besar dari pendapatan yang dimilikinya untuk membeli barang kebutuhan sehari-hari, sementara untuk barang yang penggunaannya dapat ditunda jumlah pembeliannya relatif kecil. Apabila, pendapatan dipergunakan untuk mendapatkan barang yang sering digunakan sehari-hari yang telah menjadi kebutuhan, maka makin elastislah permintaannya.

c) Perkiraan atau kebijaksanaan konsumen

Adanya perubahan harga dalam jangka pendek tidak secara langsung berdampak terhadap timbulnya perubahan permintaan. Hal tersebut dikarenakan perubahan yang terjadi pada pasar belum disadari konsumen. Maka permintaan cenderung tidak elastis dalam jangka pendek.

d) Tersedianya fasilitas pengkreditan

Adanya fasilitas kredit dari penjual atau produsen tidak akan berdampak pada permintaan barang, walaupun pendapatan tidak mencukupi ketika harga barang telah naik. Turunya harga barang tidak

akan berdampak pada peningkatan permintaan suatu barang jika terdapat fasilitas kredit pada barang substitusi yang serupa²⁹. Elastisitas pada permintaan cenderung akan menjadi inelastis atau elastis sempurna, apabila tersedianya fasilitas kredit. Secara teoritis terdapat beberapa keuntungan apabila mengetahui nilai elastisitas permintaan pada suatu barang.

e) Pajak

Pemerintah cenderung tidak akan meningkatkan pemungutan pajak suatu barang, apabila permintaan atas suatu barang tersebut bersifat elastis begitu pula jika sebaliknya.

f) Kebijakan impor

Elastisitas pada barang impor cenderung akan bersifat elastis, apabila harga barang tersebut naik yang kemudian akan berdampak pada persentase penurunan permintaan barang. Begitu pula sebaliknya.

g) Strategi penerapan harga atas barang

Menurut teori, kebijakan peningkatan harga pada suatu barang akan tidak sesuai apabila elastisitas suatu barang yang dijual bersifat elastis, karena hal tersebut justru akan mengurangi penerimaan dan sebaliknya³⁰.

²⁹ *Ibid*, Halaman 53

³⁰ Drs. Sarnowo. Henry, M.Si dan Drs. Danang S, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Cetakan 1, Yogyakarta, Halaman 47

6. Jenis-jenis Elastisitas

Pada teori permintaan dan konsep elastisitas, telah diketahui apabila permintaan elatis maka menaikkan harga merupakan kebijakan yang kurang sesuai. Sebaliknya pada keadaan permintaan inelastis mengurangi harga juga bukanlah kebijakan yang tepat. Produsen menentukan kenaikan dan penurunan harga pada barang. Pada pemahaman konsumen hanyalah pada batas tindakan menaikkan atau menurunkan kuantitas yang diminta³¹.

Nilai koefisien dari elastisitas bernilai antara nol sampai tak terhingga. Elastisitas akan bernilai nol ketika perubahan harga yang terjadi tidak merubah jumlah barang yang di minta, yaitu barang yang diminta akan tetap jumlahnya meskipun harga barang meningkat atau menurun. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya bernilai nol bentuknya akan searah dengan sumbu tegak, kurva permintaan tersebut tidak elastis sempurna³². Permintaan inelastis sempurna terjadi bilamana perubahan harga yang terjadi tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah permintaan. Contoh barang inelastis sempurna adalah obat-obatan³³.

Apabila pada tingkat harga tertentu pasar mampu membeli seluruh barang yang tersedia di pasar, berapapun jumlah barang yang ditawarkan pada harga tertentu, dan seluruh barang terjual maka koefisien elastisitas permintaan akan bernilai tidak terhingga. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya adalah tidak terhingga berbentuk sejajar datar dan

³¹ Putong, Iskandar, *Op. Cit.*, Halaman 135

³² Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 110

³³ Suprayitno. *Op. Cit.*, Halaman 144.

sifat permintaan tersebut diketahui sebagai elastisitas sempurna³⁴. Contoh barang elastis sempurna adalah bumbu-bumbu dapur.

Kurva permintaan elastisitas uniter memiliki koefisien elastisitas permintaan bernilai satu dan biasa dikenal dengan kurva permintaan yang elastisitasnya bersifat elastisitas uniter. Biasanya sifat permintaan pada kebanyakan barang menjadi tidak elastis dan elastis³⁵. Permintaan elastis uniter terjadi jika perubahan permintaan sebanding dengan perubahan harga. Artinya perubahan harga diikuti oleh perubahan jumlah permintaan yang sama. Contoh barang elastis uniter adalah barang elektronik³⁶.

Permintaan dikatakan non elastis bila koefisien elastisitas permintaan tersebut antara nol dan satu. Koefisien permintaan memiliki nilai yang seperti itu, ketika presentasi perubahan harga lebih tinggi daripada presentasi perubahan kuantitas yang diminta³⁷. Permintaan inelastis terjadi jika perubahan harga kurang berpengaruh pada perubahan permintaan. $E < 1$, artinya perubahan harga hanya diikuti perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relatif lebih kecil. Contohnya permintaan terhadap beras³⁸.

Permintaan elastis terjadi jika perubahan permintaan lebih besar dari perubahan harga. Artinya perubahan harga diikuti jumlah permintaan

³⁴ Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 110

³⁵ *Ibid.* Halaman 110-112

³⁶ Suprayitno. *Op. Cit.*, Halaman 145

³⁷ Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 112

³⁸ Suprayitno. *Op. Cit.*, Halaman 145

dalam jumlah yang lebih besar³⁹. Contoh barang elastis adalah barang mewah salah satunya adalah keramik yang digunakan peneliti sebagai obyek penelitian pada penelitian ini. Nilai koefisien elastisitas permintaan yang bersifat elastis adalah lebih besar dari satu⁴⁰.

Pada dasarnya elastisitas penawaran digunakan untuk mengukur derajat kepekaan perubahan penawaran terhadap faktor yang mempengaruhi penawaran, misalnya teknologi, biaya produksi, kebijakan perusahaan dan sebagainya. Akan tetapi karena dalam teori penawaran yang dibahas hanya hukum penawarannya saja, maka semua faktor yang mempengaruhi penawaran dianggap konstan kecuali harga.

Penawaran akan elastis bila $E > 1$, berarti penawaran bersifat elastis bila perubahan kecil pada harga akan diikuti oleh perubahan pada penawaran yang besar. Penawaran yang bersifat elastis biasanya hanya terjadi dalam kondisi jangka panjang (*long run*), karena umumnya penawaran dalam jangka panjang akan semakin landai. Dalam periode pasar biasanya jarang terjadi⁴¹. Penawaran elastis terjadi jika perubahan harga diikuti dengan jumlah penawaran yang lebih besar⁴².

Kurva penawaran dikatakan inelastis bila $ES < 1$, yaitu persentase perubahan harga lebih besar dari pada perubahan jumlah yang ditawarkan. Penawaran yang bersifat inelastis biasanya adalah penawaran yang sering terjadi, karena kenaikan harga tidak akan serta diikuti oleh

³⁹ Suprayitno. *Op.Cit.*, Halaman 146

⁴⁰ Sukirno. *Op. Cit.*, Halaman 112

⁴¹ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 135-136

⁴² Suprayitno. *Op.Cit.*, Halaman 152

banyaknya jumlah produksi yang dilakukan perusahaan. Dalam bentuk grafis kurva penawaran inelastis biasanya cenderung lancip terhadap sumbu kuantitas⁴³.

Elastisitas penawaran menjadi uniter bila $E_s = 1$, yaitu jika persentase perubahan harga sama dengan persentase perubahan jumlah yang ditawarkan. Dalam kondisi uniter ini biasanya produsen tidak mengalami keuntungan yang berarti karena meskipun jumlah yang ditawarkan akan naik. Tetapi dalam kondisi yang sama permintaan akan turun sebesar 5%, sehingga akan sia-sia jika menawarkan sebuah barang⁴⁴.

Penawaran inelastis akan terjadi bila $E_s=0$, yaitu berapa persenpun perubahan harga, penawaran akan relatif tetap. Biasanya kondisi ini bersifat menunggu sementara (*momentary*), di mana produsen harus mempelajari perubahan harga tersebut, bila perubahan harga tersebut cenderung lama, maka produsen akan merubah jumlah penawarannya⁴⁵.

Penawaran elastis sempurna terjadi bila $E_s = \infty$ (tak terhingga), maksudnya banyaknya jumlah barang yang ditawarkan di pasar, harga tidak akan meresponnya. Banyak atau sedikitnya jumlah penawaran, harga tidak terpengaruh. Kondisi ini biasanya hanya terjadi dalam pasar persaingan sempurna, dimana yang menentukan harga bukanlah

⁴³ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 136

⁴⁴ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 137-138

⁴⁵ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 138

produsen melainkan pasar. Secara grafis kurvanya sejajar dengan sumbu kuantitas penawaran dan tegak lurus dengan sumbu harga⁴⁶.

Dengan mengetahui elastisitas penawaran maka akan dapat ditentukan perilaku produsen ketika menawarkan produknya sesuai dengan nilai harga. Produsen juga akan memperoleh informasi tentang barang yang diperjual belikannya dipasar, apakah memungkinkan untuk meningkatkan atau menurunkan harga dari barang yang dimaksud⁴⁷.

7. Manfaat Nilai Elastisitas permintaan

Elastisitas dapat digunakan untuk mengetahui derajat “kepekaan” variabel dependen terhadap perubahan variabel independen. Misalnya, elastisitas dapat menggambarkan tingkat sensitivitas (kepekaan) jumlah barang yang diminta Q terhadap perubahan harga P sebesar satu persen. Dengan kata lain, nilai elastisitas menggambarkan berapa persen barang yang diminta Q akan berubah, apabila harga berubah sebesar satu persen. Selanjutnya, seorang produsen dapat memperkirakan seberapa banyak barang dagangannya akan berkurang, dalam persen apabila harga barang tersebut dinaikkan sebesar X persen.

Permintaan suatu barang dikatakan elastis (peka sensitif terhadap perubahan harga per unit barang yang bersangkutan) apabila persentase perubahan jumlah yang diminta lebih besar dari pada persentase perubahan harga yang dilakukan oleh produsen. Sedangkan elastisitas

⁴⁶ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 138-139

⁴⁷ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 139

permintaan suatu barang dikatakan inelastis (tidak peka atau tidak sensitif terhadap perubahan harga per unit barang yang bersangkutan) apabila persentase perubahan harga yang terjadi. Karena elastisitas permintaan selalu berhubungan dengan fungsi permintaan yang memiliki slope negatif, nilai elastisitas (kecuali untuk elastisitas silang) selalu diletakkan dalam harga mutlak $1E_{xx} = 1$ ⁴⁸.

Dari telaah teori terkandung beragam manfaat untuk mengenal elastisitas permintaan barang. Manfaat tersebut berupa kebijakan impor, pajak dan penawaran produk yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Pada kebijakan impor, pemerintah yang berkepentingan mengendalikan impor, dapat terus melakukan impor atau menghentikan impor apabila negara pengimpor barang tingkat elastisitasnya dapat diketahui.

Apabila elastisitas permintaan barang impor bersifat elastis maka harga akan meningkat permintaan menjadi menurun lebih besar dari 1% peningkatan harganya, pemerintah akan mengusahakan agar barang impor terpenuhi dalam jumlah yang sesuai pemerintah juga akan berusaha mempertahankan nilai valuta asing tetap stabil. Namun, ketika barang impor tidak elastis yaitu apabila peningkatan harga diikuti oleh kecilnya penurunan permintaan dari persentase penurunan harga, mempertahankan impor barang dan memasarkan produksi dalam negeri sebagai substitusi akan menjadi kebijakan pemerintah⁴⁹.

⁴⁸ Suprayitno, 2008, *Op. Cit.*, Halaman 132-133

⁴⁹ Putong, Iskandar, *Op. Cit.*, Halaman 53-54

Pemerintah akan meningkatkan persentase pajak barang, apabila permintaan barang inelastis. Sedangkan apabila permintaan barang bersifat elastis, pemerintah cenderung tidak meningkatkan persentase pajak atas suatu barang. Bagi kebanyakan pebisnis, dengan adanya elastisitas permintaan dan elastisitas penawaran akan membantu menentukan strategi ketika terjadi perubahan pada presentasi pajak, dikarenakan sejumlah besar pajak yang dibebankan oleh pemerintah akan dikenakan pada konsumen.

Dalam rangka meningkatkan hasil penjualan atau pendapatan produsen akan berupaya semaksimal mungkin agar profit dapat tercapai. Salah satu langkah yang biasanya dipakai adalah kebijakan harga. Secara teoritis kebijakan menaikkan harga merupakan strategi yang tidak sesuai, apabila elastisitas permintaan suatu barang yang dijual bersifat elastis, yang kemudian akan berdampak pada penurunan pendapatan. Sebaliknya jika elastisitas permintaannya bersifat inelastis maka menaikkan harga pada taraf yang proposional akan menaikkan penerimaan barang⁵⁰.

Bagi seorang pengusaha, elastisitas sangat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Misalnya, pengusaha tersebut mengetahui bahwa elastisitas atas barang dagangannya bersifat elastis. artinya pengusaha tersebut berhadapan dengan pembeli yang “sensitif” terhadap perubahan harga. Apabila ia menaikkan harga sebesar % konsumen akan mengurangi pembelian

⁵⁰ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 122-123

sebesar 1%. Sebaliknya, apabila ia menurunkan harga (misalnya 1%), jumlah barang yang diminta akan naik lebih dari 1%. Dengan demikian ia dapat meningkatkan penerimaan total⁵¹.

8. Teori Permintaan dalam Islam

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Melihat batasan konsumsi dalam islam sebagaimana diurai dalam Al-Quran surat Al-Baqarah [2]: 168-169⁵²:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا
 تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena setan itu adalah musuh yang nyata bagi kamu. Sesungguhnya setan hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan

⁵¹ Supryitno, 2008, *Op. Cit.*, Halaman 133

⁵² Muflih. Muhammad, 2005, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, Halaman 12-13

mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui (Qs. Al – Baqarah 2: ayat 168-169).

Ajaran Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi jenis barang yang halal dan *tayyib*. Agama islam melarang umat muslim mengkonsumsi barang haram, kecuali ketika pada keadaan darurat apabila barang tersebut tidak dikonsumsi, akan berdampak terhadap hidup muslim tersebut. Pada keadaan darurat seorang muslim hanya dianjurkan mengkonsumsi barang haram secukupnya. Pada ajaran Islam, seseorang yang memiliki uang yang banyak tidak kemudian dianjurkan menggunakan uangnya untuk membeli barang dalam jumlah banyak sesuai yang diinginkannya.

Batasan anggaran belum cukup dalam membatasi konsumsi. Beberapa batasan lain yang perlu diperhatikan adalah bahwa umat muslim tidak berlebihan (*israf*), dan perlunya memprioritaskan *masalahah*. Islam tidak mendorong suatu permintaan terhadap barang dengan tujuan kemewahan, kemegahan dan kemubadziran. Permintaan dalam agama Islam menilai tidak semua barang dapat dikonsumsi maupun dipergunakan, masih perlu digolongkan antara barang yang halal dan barang yang haram. Allah telah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
 (الْمُعْتَدِينَ) (87) وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ (88)

“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu*

melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Maidah: ayat 87 – 88).

Permintaan dalam Islam tentunya telah berdasarkan syariat yang mengajarkan untuk tidak serakah dan mengeksploitasi secara berlebihan, karena akan berdampak buruk kepada kita, dan Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. Pilihan seorang Muslim dalam hal permintaan terbentuk atas kebutuhan akan mashlahah, dalam bentuk mashlahah yang diterima di dunia ataupun di akhirat⁵³. Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu jumlah kebiasaan dan adat istiadat masyarakat, penduduk, pendapatan, serta kemakmuran dan pembangunan secara umum⁵⁴.

9. Teori Penawaran Dalam Islam

Pembagian jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap telah dilakukan oleh Ibnu Khaldun. Menurut Ibnu Khaldun, pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan memperoleh prioritas pengadaan, apabila suatu kota berkembang menalami peningkatan populasi. Hal tersebut berdampak pada peningkatan penawaran yang berarti harga mengalami penurunan. Selain itu, Ibnu Khaldun juga telah memaparkan mengenai mekanisme

⁵³ Abdurrohman Kasdi, *Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak)*, *Bisnis*, Vol. 4, No. 2, Desember 2016, Halaman 21-22

⁵⁴ Nasution, 2006, *Op. Cit.*, Halaman 98

penawaran dan permintaan ketika memutuskan harga keseimbangan. Lebih jelasnya, Ibnu Khaldun menjabarkan pengaruh persaingan konsumen untuk memperoleh barang pada sisi permintaan⁵⁵.

Harga merupakan akibat dari hukum permintaan dan penawaran, menurut Ibnu Khaldun. Dengan pengecualian dari hukum tersebut yaitu standar moneter selama ini berupa harga perak dan emas. Dimana seluruh barang yang lain akan terkena peningkatan harga yang bergantung pada pasar. Harga suatu barang akan tetap tinggi, apabila barang tersebut bersifat langka dan banyak diminta. Namun jika suatu persediaan barang tersebut berlimpah maka harganya akan rendah⁵⁶.

Ibnu Khaldun juga telah menegaskan bahwa peningkatan penawaran atau penurunan pada permintaan akan berdampak pada peningkatan harga, dan juga sebaliknya. Ibnu Khaldun berkeyakinan bahwa adanya penurunan harga akan merugikan perajin dan pedagang, sehingga pedagang akan menarik diri dari pasar, sedangkan pengaruh tingginya harga akan menyulitkan konsumen, terutama mayoritas kaum miskin dalam sebuah populasi.

Menurut Ibnu Khaldun beberapa faktor yang mempengaruhi suatu penawaran adalah tingginya permintaan, tingkat profit yang relatif (harga), taraf usaha manusia dalam memproduksi, banyaknya tenaga kerja buruh termasuk keterampilan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki,

⁵⁵ Yunia Fauzia. Eka, dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Ed. 1, Cet. Ke-1*, Jakarta: Kencana, Halaman 223

⁵⁶ Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFE, Halaman 361.

ketenangan dan keamanan, serta kemauan teknik dan perkembangan masyarakat secara menyeluruh.

Ibnu Taimiyah menyatakan peningkatan atau penurunan harga mungkin tidak disebabkan oleh ketidakadilan atau kecurangan oleh beberapa orang. Hal ini dapat ditimbulkan oleh adanya kekurangan output atau impor dari barang yang dibutuhkan atau ketika terdesak. Jika permintaan sebuah komoditi mengalami kenaikan dan penawaran dari permintaan menurun, maka harga komoditi tersebut akan naik. Berbeda, jika permintaan komoditi menurun dan penawaran barang naik maka harga barang tersebut akan turun⁵⁷.

Teori permintaan dan penawaran dikenalkan oleh Al-Ghazali, jika seorang petani tidak memperoleh pembeli, maka petani akan menjualnya dengan harga yang lebih murah, penurunan harga dapat dilakukan dengan menambah barang di pasar⁵⁸. Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa keuntunganlah yang menjadi motif perdagangan. Dan pada saat lain ia menjabarkan pentingnya peran pemerintah dalam menjamin keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi⁵⁹.

⁵⁷ Nasution, *Op. Cit.*, Halaman 98

⁵⁸ Chamid. Nur, 2010, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Halaman 228.

⁵⁹ A. Karim, 2007, *Op. Cit.*, Halaman 21

10. Elastisitas Menurut Islam

AL-Ghazali mengenalkan teori elastisitas permintaan, dengan mengidentifikasi permintaan makanan adalah inelastis, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok⁶⁰. Al-Ghazali juga telah memahami konsep elastisitas permintaan yaitu: *“Mengurangi margin keuntungan dengan menjual dengan harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan”*.

Bahkan Al-Ghazali telah pula mengidentifikasikan produk makanan sebagai komoditas dengan kurva permintaan yang inelastis. *“Karena makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi mengenai pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini seyogyanya dicari dari barang-barang yang bukan keuntungan pokok”*⁶¹.

Elastisitas permintaan konsumen islam dimaknai sebagai ukuran elastisitas konsumen yang memperhatikan kemashlahahan. Nilai elastisitas tersebut menunjukkan standar elastisitas yang dianjurkan dalam islam. Walaupun tidak terdapat ajaran spesifik yang menyinggung besaran elastisitas, namun nilai elastisitas mengimplikasikan berlakunya ajaran islam.

⁶⁰ Chamid. *Op. Cit.*, Halaman 228.

⁶¹ A. Karim, 2007, *Op. Cit.*, Halaman 23

Nilai elastisitas pendapatan permintaan adalah sama dengan satu. Hal ini menandakan, bahwa barang yang dikonsumsi oleh konsumen muslim merupakan barang normal. Barang normal ini merupakan barang yang sifatnya moderat dalam arti tidak *luxurious* dan juga tidak *inferior*. Konsumsi barang-barang *luxurious* bertentangan dengan nilai kesederhanaan yang di anjurkan oleh islam. Di samping itu, konsumsi barang *luxurious* juga akan melanggar prinsip ajaran islam yang lain, yaitu ketiadaan israf.

Barang normal dilain pihak juga termasuk barang inferior yang kualitasnya rendah. Kualitas dalam konteks islam, tidak hanya sekedar fitur fisik yang melekat pada masing-masing barang. Namun, hal ini lebih dimaksudkan sebagai *value* yang terkandung dalam barang tersebut. *value* tersebut merupakan *Islamic value* yang dibentuk melalui berkah yang ada pada barang tersebut. dengan demikian kualitas yang baik, minimal standar menunjukkan kandungan berkah yang standar untuk dikonsumsi umat muslim.

Selain elastisitas harga dan pendapatan, disini disajikan juga elastisitas berkah permintaan. Secara teknis, elastisitas tersebut didefinisikan sebagai perubahan, pada persentase, yang terbentuk pada kuantitas dibandingkan dengan peralihan berkah, kedalam persen. Elastisitas berkah yang bersifat positif menandakan adanya peningkatan

pada kandungan berkah akan dapat meningkatkan banyaknya barang yang dijual⁶².

11. Mekanisme Harga dalam Islam

Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Abu Yusuf 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 kritisi oleh Abu Yusuf.

Abu Yusuf kemudian membantah pemahaman yang seperti ini, karena pada kenyataannya tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan barang sedikit, harga akan mahal, dan bila persediaan barang melimpah, harga akan murah. Abu Yusuf menyatakan: *"kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah"*. Pernyataan Abu Yusuf ini, mengkritisi pendapat umum yang mengatakan harga berbanding terbalik dengan jumlah persediaan barang.

Dari pernyataan tersebut tampaknya Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan barang (*supply*) dan harga karena pada kenyataannya harga tidak bergantung pada

⁶² (P3EI), 2014, *Op. Cit.*, Halaman 214-218

permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh karena itu, peningkatan/ penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan/penurunan permintaan, atau penurunan/ peningkatan dalam produksi.

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 makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah”*.

Dilain pihak Abu Yusuf juga menegaskan bahwa ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi, tetapi ia tidak menjelaskan lebih rinci. Bisa jadi variabel itu adalah pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar disuatu negara, atau penimbunan dan penahanan barang, atau semua hal tersebut. karena Abu Yusuf tidak membahas lebih rinci apa yang disebutkannya sebagai variabel lain, ia tidak menghubungkan fenomena yang diobservasinya terhadap perubahan terhadap penawaran uang. Namun, pernyataannya tidak menyangkal pengaruh dari permintaan dan penawaran dalam penentuan harga⁶³.

Dengan demikian harga yang terjadi dipasar diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar yang akan mencapai kepada keseimbangan baik secara umum maupun parsial. Intervensi harga tidak dibenarkan dalam ekonomi syariah, karena didalamnya ada aniaya antara produsen dan

⁶³ A. Karim, 2007, *Op. Cit.*, Halaman 18-20

konsumen. Aniaya itu dalam bentuk transfer hak surplus. Pada kebijakan harga terendah (*floor price*) terjadi transfer hak surplus yang harus dinikmati oleh konsumen menjadi hak produsen⁶⁴.

Perlu diketahui bahwa kebijakan operasi pasar tidaklah menguntungkan pada produsen maupun konsumen, melainkan hanya untuk menghindarkan kerugian, yaitu dengan menjual harga yang murah bagi produsen dan membeli dengan harga yang tinggi bagi konsumen yang kemudian dikenal dengan kebijakan harga minimum dan maksimum⁶⁵.

Adanya kebijakan harga terendah menyebabkan surplus hak konsumen hilang dan justru dinikmati oleh produsen. Dengan demikian kebijakan produsen ini secara langsung dan tak langsung dapat “menganiaya” konsumen. Bila dilakukan kebijakan harga tertinggi dibawah harga keseimbangan maka sebaliknya konsumenlah yang “menganiaya” produsen dalam bentuk transfer hak surplus produsen ke konsumen.

Selain ada aniaya antar produsen dan konsumen atau sebaliknya, intervensi pemerintah terhadap harga ini juga akan menyebabkan para pelaku pasar keluar dari tatanan dan ketentuan baku, yaitu transaksi tidak lagi dilakukan di pasar resmi akan tetapi di pasar gelap (*black market*), karena kebijakan harga tertinggi jelas menjadikan harga barang menjadi lebih murah dari kemampuan pasar, akibatnya barang yang diperjual

⁶⁴ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 103

⁶⁵ *Ibid*, Halaman 103

belikan di pasar resmi semakin sedikit, sebaliknya di pasar gelap barang semakin banyak.

Bagi produsen ini tidak merugikan mereka karena mereka bisa menaikkan harga secara sepihak, akan tetapi hal tersebut akan merugikan pemerintah secara langsung karena berkurangnya perolehan pajak untuk setiap transaksi barang yang di perjual belikan. Kebijakan harga terendah yang tujuannya adalah untuk membantu produsen akan menyebabkan terjadinya pasar gelap juga dengan penentuan harga terendah diatas harga pasar meyebabkan daya beli menurun, akibatnya permintaan menurun padahal jumlah barang yang ditawarkan lebih banyak dari permintaan⁶⁶.

Secara teoritis produsen juga tidak terlalu rugi dengan harga keseimbangan itu, akan tetapi mereka akan rugi dengan berlimpahnya barang yang ditawarkan. Disatu sisi konsumen akan mencari barang dengan harga lebih murah dari harga yang ditetapkan oleh pemerintah, disisi lain produsen mencari pembeli dengan cara menurunkan harga jualnya tetapi dipasar yang tidak resmi akibatnya munculah fenomena pasar gelap.

Selain pasar gelap, maka peluang yang tercipta dari adanya intervensi pemerintah terhadap harga ini juga akan menyebabkan maraknya penyelundupan, jual beli barang bajakan dan semacamnya. Biasanya pasar gelap dan jual beli ilegal serta barang bajakan ini ditambah dengan penegakan aturan dan hukum yang lemah akan

⁶⁶ *Ibid*, Halaman 103

menciptakan peluang untuk korupsi dan aparat pemerintah yang terkait, pada akhirnya justru akan merugikan pemerintah, masyarakat dan produsen baik langsung maupun tidak langsung.

Pemerintah hanya boleh melakukan intervensi apabila keseimbangan pasar diganggu oleh pelaku ekonomi pasar yang ingin mengambil keuntungan lebih misalnya adanya pelaku ekonomi yang berusaha untuk memonopoli penjualan agar dapat semena-mena menaikkan atau menurunkan harga. Teknik penguasaan pasar melalui produknya ini jelas akan merendahkan daya beli karena produsen menentukan harga tinggi dengan cara mengurangi produksi akan tetapi pada pasar lainnya perusahaan tersebut menurunkan harga jual agar bisa menguasai pangsa pasar dengan cara melebihi jumlah produksi⁶⁷.

Dalam rangka menjaga hak pembeli dan penjual, telah dibolehkan bahkan diwajibkan oleh agama islam untuk intervensi harga. Dibenarkannya intervensi harga dengan beberapa faktor antara lain⁶⁸:

- a) Untuk kepentingan masyarakat dan menjaga hak para penjual dalam memperoleh margin keuntungan, serta melindungi daya beli masyarakat maka dilakukannya Intervensi harga.
- b) Adanya Intervensi harga menghindari agar tidak timbulnya *ikhtikar* atau *ghaban faa-hisy*. Tidak adanya penetapan pada harga akan merugikan para pembeli ketika penjual menaikkan harga jualnya.

⁶⁷ *Ibid*, Halaman 104

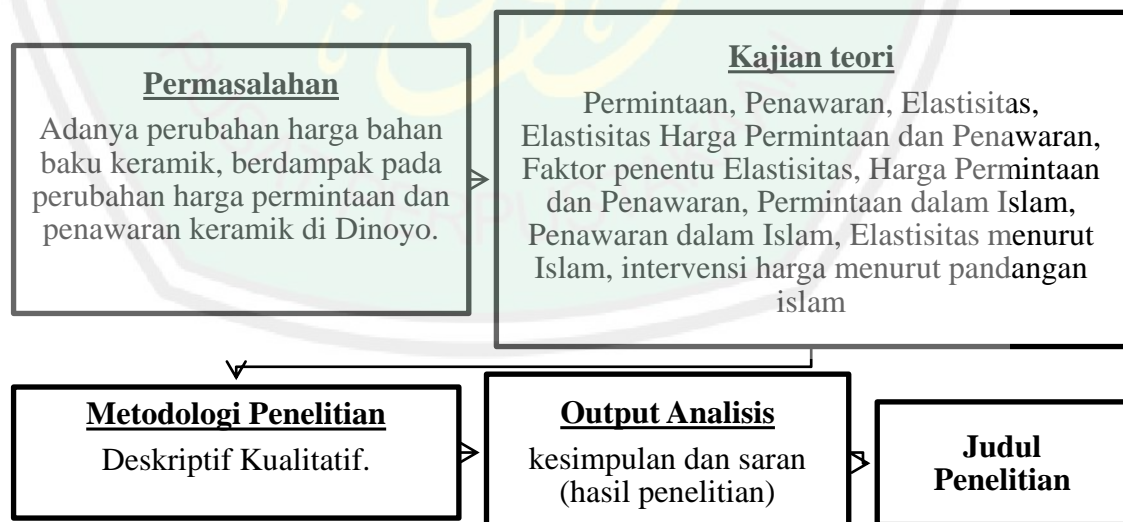
⁶⁸ *Ibid*, Halaman 104

- c) Demi menjaga kepentingan masyarakat luas dengan melakukan intervensi pada harga, dimana konsumen merupakan perwakilan mayoritas masyarakat, dan penjual mewakili kelompok kecil masyarakat.

Apabila terjadi harga maksimum (*ceiling price*), intervensi pada harga akan dianggap wajar dengan menetapkan harga di bawah harga keseimbangan yang ada melalui mekanisme pasar yaitu atas dasar sama rela. Secara paralel dinyatakan bahwa harga minimum yang telah ditetapkan atas harga keseimbangan kompetitif akan sewenang-wenang⁶⁹.

B. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Adanya perubahan harga bahan baku keramik, berdampak pada perubahan harga permintaan dan penawaran keramik di Dinoyo. Asumsi

⁶⁹ Karim. Adiwarman A., 2002, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT, Halaman 143

terebut menjadi latar belakang permasalahan yang ingin diangkat oleh peneliti sebagai sebuah penelitian. Dimana perubahan pada harga bahan baku keramik dianggap akan berdampak pada harga permintaan dan penawaran keramik di Dinoyo.

Berdasarkan telaah teori mengenai Permintaan, Penawaran, Elastisitas, Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran, Faktor penentu Elastisitas, Harga Permintaan dan Penawaran, Permintaan dalam Islam, Penawaran dalam Islam, Elastisitas menurut Islam, intervensi harga menurut pandangan islam, diketahui bahwa fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Output dalam perspektif islam.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dimana penelitian ini akan mendeskripsikan dan memaparkan hasil penelitian secara terdeskripsi dan jelas. Terakhir, dari permasalahan penelitian, telaah teori dan metode penelitian yang digunakan dapat disimpulkan judul penelitian yang akan diteliti adalah “Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Output Dalam Perspektif Islam (Studi di CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Malang)”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang pengumpulan datanya digunakan untuk membuktikan hipotesis atau menjawab mengenai status terakhir subjek penelitian. Pengumpulan data deskriptif pada umumnya melalui daftar pertanyaan melalui survey, wawancara atau observasi. Data kualitatif merupakan data yang tidak dapat diukur menggunakan skala numerik¹.

Pendekatan yang di gunakan pada penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian, permasalahan pada tema yang diangkat oleh peneliti serta solusi yang dapat ditawarkan oleh peneliti untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Pada penelitian dekritif kualitatif ini, deskripsi yang dipaparkan pada penelitian ini berdasarkan pada kajian atau telaah teori yang terkait dengan penelitian.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti pada penelitian ini berupa keterlibatan peneliti atau dengan bantuan orang lain yaitu informan yang merupakan sumber pengumpul data utama melalui survey, wawancara dan observasi langsung

¹ Mudrajad. Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ketiga, Jakarta: Erlangga, 2009, Halaman 12

yang dilakukan oleh peneliti. Kehadiran peneliti pada penelitian sangatlah diperlukan, kehadiran peneliti sangat diperlukan sebagai alat yang dapat berhubungan dengan responden atau objek lainnya, untuk dapat memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan atau lokasi penelitian yang diteliti atau diobservasi.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian digunakan pada penelitian untuk memberikan batasan pada penelitian agar penelitian tidak meluas dan menjadi terfokuskan. Penelitian ini dilakukan di kampung keramik dinoyo Malang, lokasi penelitian tersebut dipilih karena industri keramik merupakan salah satu industri berkembang dan masih bertahan di kota Malang dengan 33 pengusaha keramik yang masih berjalan hingga saat ini.

Untuk membatasi objek penelitian yang luas maka peneliti mengambil gerai “Cenderamata” dan “CJDW Art Galery” sebagai objek penelitian. Alasan peneliti mengambil “Cenderamata” dan “CJDW Art Galery” sebagai objek penelitian dikarenakan “Cenderamata” dan “CJDW Art Galery” merupakan salah satu gerai keramik dan produsen yang masih bertahan hingga saat ini dengan lama usaha di atas 20 tahun.

D. Data dan Sumber data

Mengumpulkan data merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari rancangan penelitian. Data adalah bagian terpenting yang dipergunakan

oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Data yang di gunakan pada penelitian ini adalah data primer, dan data sekunder:

1. Data primer

Data primer pada penelitian ini berupa data yang berasal dari dari hasil wawancara dengan informan yang mewakili populasi yang telah ditentukan. Informan ditentukan dengan memanfaatkan proses *snowball sampling*, dimana pengambilan sampel dimana responden pertama dipilih dengan metode probabilitas, dan kemudian responden selanjutnya diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden yang pertama².

Data primer pada penelitian ini meliputi:

a. Dua informan yang mewakili gerai pemasaran di kampung keramik dinoyo Malang yaitu:

- Informan I :

Nama : Ibu Rita Octavia

Umur : 40 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pendidikan : SMU

Alamat : Jl. MT. Haryono XI No. 347, Dinoyo, Malang

Pekerjaan : Pemilik gerai “Rita Gips & Souvenir”

Lama Usaha : Tujuh tahun (Sejak 2012)

Jumlah karyawan : Dua orang beserta pemilik.

² Mudrajad. Kuncoro, 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ketiga, Jakarta: Erlangga, Halaman 141

- Informan II

Nama : Ibu Sri Handayani

Umur : 48 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pendidikan : Strata 1 (S1)

Alamat : MT. Haryono Gg XI - Dinoyo Malang

Pekerjaan : Pemilik gerai “Yan’s Keramik”

Lama Usaha : 25 tahun (Sejak 1994)

Jumlah karyawan : Enam Orang

b. Dua informan yang mewakili produsen di kampung keramik dinoyo

Malang

- Informan I:

Nama : Bapak Syamsul Arifin

Umur : 58 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pendidikan : SLTA

Alamat : MT.Haryono Gg XID No 474, Dinoyo, Malang

Pekerjaan : Produsen Keramik “Cenderamata Keramik”,

serta

ketua paguyuban keramik dinoyo malang.

Lama Usaha : 24 tahun (Sejak 1995)

Jumlah karyawan : Delapan Orang

- Informan II :

Nama : Bapak Eddy Sujarwo
Umur : 53 tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Diploma
Alamat : MT. Haryono XI D No 45, Dinoyo, Malang
Pekerjaan : Produsen Keramik “CJDW Art Galery”
Lama Usaha : 22 tahun (Sejak 1997)
Jumlah karyawan : Enam Orang

c. Dua informan yang mewakili pengerajin keramik di kampung keramik dinoyo Malang

- Informan I :

Nama : Ibu Ngatmini
Umur : 53 tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pendidikan : SLTA
Pekerjaan : pegawai gerai “Cenderamata”

- Informan II :

Nama : Ibu Ninok
Umur : 43 tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMU
Pekerjaan : Pegawai “Rita Gips Souvenir”.

d. Ketua paguyuban kampung keramik dinoyo Malang

- Informan I :

Nama : Bapak Syamsul Arifin

Umur : 58 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pendidikan : SLTA

Alamat : MT.Haryono Gg XID No 474, Dinoyo, Malang

Pekerjaan : Produsen Keramik “Cenderamata Keramik”,

serta

ketua paguyuban keramik dinoyo malang.

Lama Usaha : 24 tahun (Sejak 1995)

Jumlah karyawan : Delapan Orang

e. Dua informan yang mewakili pembeli di kampung keramik dinoyo Malang

- Informan I :

Nama : Bapak Nur Rochma

Umur : 27 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

*Pembeli di CJDW Art Galery.

- Informan II :

Nama : Bapak Nur Akini

Umur : 45 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pendidikan : Strata 1 (S1)

*Pembeli di gerai Cenderamata Keramik.

Informan yang digunakan pada penelitian ini dengan kriteria informan sebagai berikut: Dua orang informan yang mewakili pemilik gerai usaha keramik Dinoyo dengan lama usaha diatas Lima tahun, Dua orang informan yang mewakili produsen keramik Dinoyo dimana produsen tersebut telah melakukan produksi keramik lebih dari 20 tahun, Dua orang pengerajin keramik dengan pengalaman kerja diatas 6 tahun, Dua orang pembeli di kampung keramik, dan Ketua Paguyuban Kampung Keramik Dinoyo Malang.

2. Data sekunder

Data sekunder pada penelitian berupa buku, jurnal-jurnal ilmiah, catatan-catatan, arsip, dan dokumen-dokumen lain meliputi: Statistik industri besar dan sedang kota malang 2015, kecamatan Lowokwaru dalam angka 2018, serta kota Malang dalam angka 2018.

E. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data (*collection, gathering*) merupakan kesatuan integral dari skema penelitian. Serhubungan dengan penentuan skema dengan melakukan komunikasi pada subjek³. Penghimpunan pada data penelitian ini menerapkan survey langsung, wawancara dan dokumentasi.

³ Alfonsius. Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Refika Aditama, 2012, Halaman 279

a. Survei

Survei yang dilakukan pada penelitian ini digunakan untuk mengkaji populasi yang besar maupun yang kecil dengan menyaring serta menelaah sampel yang dipilih dari populasi itu untuk mendapatkan insidensi, distribusi, dan interrelasi relatif dari variabel yang ada. Dari survei yang telah dilakukan peneliti dengan menelaah sampel yang dipilih dari populasi, maka dapat ditarik sampel yang akan di kaji oleh peneliti yaitu mengenai Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Keramik di Kampung Keramik Dinoyo Malang. Dengan mengambil sampel penelitian dari usaha keramik “Cenderamata” dan “CJDW Art Galery” yang merupakan pemilik toko serta produsen keramik yang masih beroperasi hingga saat ini dengan lama usaha diatas 20 tahun.

b. Wawancara

Wawancara pada penelitian ini merupakan metode yang dipakai untuk menghimpun data atau memperoleh gambaran lisan dari informan yang dikenal sebagai responden melalui suatu pecakapan yang sistematis dan terorganisasi mengenai garis besar penelitian ini. Wawancara yang digunakan pada penelitian ini bersifat wawancara terstruktur dan tak terstruktur mengenai data Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran keramik dimana informan wawancara meliputi: Dua informan yang mewakili gerai pemasaran keramik, Dua informan yang

mewakili produsen keramik, Dua informan yang mewakili pengerajin keramik, Dua Orang pembeli dan ketua paguyuban keramik.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data sekunder dalam penelitian. Pada penelitian ini sumber data dokumentasi yang digunakan berasal dari: buku-buku yang terkait dengan penelitian, jurnal ilmiah yang terkait, Badan Pusat Statistik Malang, Arsip paguyuban kampung keramik Dinoyo Malang, dan berbagai publikasi pemerintah yang terkait.

F. Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menjawab berbagai pertanyaan penelitian atau untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya. Analisis data merupakan tahap penyaringan data dan penyajian data dengan mengelompokkan kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi. Analisis data memiliki dua tujuan, yakni merangkum dan menggambarkan data dan membuat inferensi dari data untuk populasi dimana sampel ditarik.

Untuk mengetahui status dan mendeskripsikan fenomena penelitian berdasarkan data yang tersedia, analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif. Sedangkan apabila ingin mengetahui atau mencari korelasi antara dua fenomena pada penelitian, baik asosiasi sejajar maupun hubungan kausal, bentuk analisis datanya ialah analisis korelasional⁴. Untuk

⁴ Ibid, Halaman 331-332

menyederhanakan data dan penyajian data yang telah didapat serta mempermudah dalam melakukan interpretasi dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Beberapa analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini yaitu: Analisis Elastisitas Harga Permintaan Dan Analisis Elastisitas Harga Penawaran.

1. Analisis Elastisitas Harga Permintaan

Untuk menghitung persentase pergantian jumlah permintaan komoditi per unit karena timbulnya persentase perubahan harga dari komoditi tertentu maka digunakanlah koefisien Elastis harga permintaan. Koefisien elastisitas harga permintaan bernilai negatif karena adanya hubungan antara harga dan jumlah yang terbalik. Dalam rangka menghindari nilai negatif pada koefisien elastisitas harga, maka tanda minus sering kali dimasukkan ke dalam rumus e . Jika ΔQ mewakili pergantian jumlah barang yang diminta karena adanya pergantian harga ΔP dari komoditi tertentu.

Elastisitas harga permintaan sendiri merupakan ukuran besarnya respon jumlah komoditi yang diminta terhadap perubahan harga. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, yaitu elastisitas harga permintaan keramik Cenderamata dan CJDW Art Galery Dinoyo Malang, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$e = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = - \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad \dots(\text{Dominick Salvatore, 2007, Halaman}$$

Dimana permintaan disebut elastis apabila $e > 1$, inelastis bila $e < 1$, dan elastis uniter apabila $e = 1$ ⁵. Analisis elastisitas harga permintaan ini digunakan karena adanya faktor penarapan harga atas barang, kebijakan impor keramik, persentase pendapatan, dan adanya kebijaksanaan konsumen yang berdampak pada perubahan harga permintaan keramik Dinoyo.

2. Analisis Elastisitas Harga Penawaran

Elastisitas harga penawaran dipergunakan untuk menghitung respon jumlah yang ditawarkan oleh produsen terhadap pergantian harga barang. Adapun faktor yang dianggap dapat mempengaruhi perubahan pada jumlah barang yang ditawarkan terhadap perubahan harga barang yaitu fleksibilitas atau kemampuan perusahaan untuk merubah barang yang diproduksi. Untuk mencapai tujuan penelitian yang kedua digunakan rumus Elastisitas Harga Penawaran untuk mengetahui harga penawaran keramik Cenderamata dan CJDW Art Galery Dinoyo Malang:

$$EY = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{\Sigma Y/n}{\Sigma Q/n} \dots\dots (\text{Iskandar Putong, 2003, Halaman 58})$$

$$\text{Atau: } \frac{\Delta Qs/Qs}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Qs}{\Delta P} \times \frac{P}{Qs}$$

Dimana ΔQ adalah perubahan barang yang diminta, dan ΔP adalah perubahan harga barang yang diminta. Adanya perubahan pada harga penawaran keramik Dinoyo Malang ini dilatar belakangi oleh adanya

⁵ Salvatore. Op. Cit., Halaman 35

perubahan pada biaya produksi dalam hal ini adalah bahan baku keramik yaitu *masse* dan *glasir*. Selain dikarenakan adanya peningkatan pada bahan baku *masse* dan *glasir*, perubahan harga penawaran keramik Dinoyo juga disebabkan oleh adanya kenaikan harga gas LPG yang menjadi sumber bahan bakar keramik.

3. Analisis Elastisitas Harga Perspektif Islam

Konsep elastisitas yang dipahami Al-Ghazali yaitu bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan. Dalam buku-buku teks ekonomi konvensional didapati penjelasan bahwa barang-barang kebutuhan pokok, misalnya makanan memiliki kurva yang inelastis. Al-Ghazali telah menyadari hal ini sehingga ia menyarankan agar penjualan barang pokok tidak dibebani keuntungan yang besar agar tidak terlalu membebani masyarakat.

Al-Ghazali mengatakan “*karena makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi melalui pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini seyogyanya di cari dari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok*”⁶.

⁶ P3EI. *Op. Cit.*, Halaman 306

Sedangkan Ibnu Taimiyah berpendapat, naik turunnya harga tidak selalu terjadi karena ulah spekulasi, tetapi kadang kala karena menurunnya produksi ataupun penurunan impor barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Jika terjadi peningkatan kebutuhan terhadap suatu barang (permintaan), sedangkan kemampuan produksi menurun maka harga akan naik. Diisilain jika kemampuan produksi atau kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaan menurun maka harga akan turun. Pendapatnya itu merujuk pada sabda Rasulullah Saw., “Menetapkan harga terlalu tinggi terhadap orang yang tidak sadar adalah riba”⁷.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk menentukan apakah penelitian yang dilakukan merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif yaitu: *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*⁸. Agar data pada penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah harus dilakukan uji keabsahan data. Uji keabsahan data yang dapat dilakukan meliputi:

1. *Credibility test*

Credibility atau uji kepercayaan pada data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil dari penelitian yang dilakukan tidak meragukan

⁷ Rozalinda, *Op. Cit.*, Halaman 160-161

⁸ Sugiyono. 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Halaman 270

sebagai sebuah karya ilmiah. Tes kredibilitas ini meliputi: Perpanjangan Pengamatan, Meningkatkan kecermatan dalam penelitian (kepastian data, kronologis peristiwa, sistematis), Triangulasi (pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu)⁹.

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan merupakan hubungan antara peneliti dengan informan menjadi semakin dekat, saling mempercayai, semakin terbuka sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan¹⁰.

Pengamatan pada penelitian ini dilakukan selama Tujuh Bulan dari bulan Oktober 2018 Hingga April 2019 dengan melakukan wawancara secara langsung sebanyak Empat kali. Wawancara pertama dilakukan pada 18 Oktober 2018, wawancara tahap kedua dilakukan pada 23 Desember 2018, tahap ketiga wawancara dilakukan oleh peneliti pada 12 Maret tahun 2019, dan wawancara terakhir dilakukan oleh peneliti pada 4 April 2019.

b. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Ketekunan pada pengamatan bertujuan untuk menemukan data dan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang dicari oleh peneliti, kemudian peneliti memfokuskan diri pada hal-hal tersebut secara detail. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri dan unsur dalam keadaan yang sangat sesuai dengan permasalahan

⁹ Ibid, Halaman 273

¹⁰ Ibid, Halaman 369

atau isu yang dicari. Dengan kata lain, jika perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup, maka ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman¹¹.

Permasalahan pada penelitian ini diperoleh dari wawancara secara mendalam terhadap informan secara acak. Data dan informasi tersebut kemudian dikumpulkan dan dicari permasalahan secara umum yang dialami oleh kampung keramik Dinoyo yang kemudian menjadi permasalahan pada penelitian ini.

c. Triangulasi

Teknik triangulasi digunakan untuk mengukur kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data pada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu¹².

Kredibilitas pada data penelitian ini dapat diketahui dari sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui tahap wawancara terstruktur dengan Empat kali wawancara terhadap sumber atau informan yang sama dengan memperoleh hasil wawancara yang kredibel.

d. Member check

Member check merupakan tahap pengecekan data yang didapatkan oleh peneliti melalui informan. Member check ini

¹¹ Ibid. Halaman 124-125

¹² Ibid, Halaman 375.

bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang didapat sesuai dengan data yang diberikan oleh informan¹³.

Pengecekan data atau kesesuaian data pada penelitian yang diberikan oleh informan, dilakukan oleh peneliti sebanyak Empat kali melalui tahapan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dari pengecekan Empat kali wawancara tersebut kemudian diperoleh data yang sama dari informan yang sama.

¹³ Ibid, Halaman 373

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini berisi uraian mengenai pemaparan data dan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Pemaparan data pada penelitian elastisitas harga permintaan dan penawaran output keramik ini meliputi: profil kampung keramik Dinoyo, sejarah perkembangan keramik Dinoyo, perekonomian pengerajin keramik Dinoyo, struktur organisasi serta peran paguyuban keramik Dinoyo.

Selanjutnya pemaparan dari hasil penelitian mengenai elastisitas harga permintaan dan penawaran output keramik Dinoyo dalam perspektif islam berupa: perubahan elastisitas harga permintaan, perubahan elastisitas harga penawaran, faktor penyebab perubahan elastisitas harga permintaan dan penawaran keramik di Dinoyo dalam perspektif islam, peluang dan potensi keramik Dinoyo Malang.

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Kampung Keramik Dinoyo

Kelurahan Dinoyo merupakan kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Kelurahan ini terdiri dari tujuh RW (Rukun Warga) dan 51 RT (Rukun Tetangga). Wilayah kerja Kelurahan Dinoyo dibagi menjadi tiga lingkungan antara lain Lingkungan Dinoyo, Lingkungan Gajahyana, dan Lingkungan Kanjuruhan. Luas wilayah Kelurahan Dinoyo adalah 142,8 ha. Kelurahan

Dinoyo yang berada di Kota Malang apabila dilihat dari Topografinya merupakan dataran sedang yang dulunya masih dalam kondisi sejuk, namun semenjak perkembangan Kota Malang Kelurahan Dinoyo menjadi cukup panas di siang hari.

Jarak Kelurahan Dinoyo dengan Kantor Kecamatan Lowok waru yaitu 3 km, sedangkan jarak dengan pusat kantor balai Kota Malang yaitu 4 km. Sedangkan untuk batas wilayah dengan Kelurahan lainnya sebagai berikut ini: Sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Jatimulyo. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Sumber Sari. Sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Merjosari. Sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Ketawanggede¹.

Gambar 4.1
Peta Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang



Sumber: profil-kelurahan-dinoyo-kecamatan-lowokwaru-kota-malang

Pada mulanya, luas wilayah kerajinan keramik Malang berawal dari wilayah Panjaitan hingga wilayah Dinoyo. Namun kini banyak

¹ Renstra Kelurahan Dinoyo 2013-2018

pengerajin keramik yang berada di Jl. MT. Haryono, Dinoyo Rw. 03 Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur yang kemudian dikenal dengan sebutan Kampung keramik dinoyo².

Selain menjual beraneka macam kerajinan keramik, kampung keramik Dinoyo juga mengadakan *short course* selama liburan sekolah di akhir tahun. Selama program *short course* para pengerajin memberi wawasan kepada para wisatawan mengenai sejarah perkembangan industri keramik Dinoyo, melihat serta dapat membuat langsung kerajinan keramik³.

2. Sejarah Perkembangan Keramik Dinoyo

Kerajinan keramik mulai dikenal sejak 2,6 juta tahun silam pada zaman paleolitik oleh para penduduk Afrika Timur. Kerajinan keramik mulai berkembang dan tersebar luas hampir diberbagai belahan dunia pada zaman Neolitikum (zaman batu muda) yaitu sekitar tahun 15.000-10.000 ribu yang lalu. Berdasarkan fakta yang ada pada penemuan-penemuan berbagai benda purbakala yang terkubur didalam tanah, berbagai dugaan tersebut telah sesuai dengan penandaan arkeologis yang ada. Berbagai benda yang di peroleh pada saat itu selain penemuan berbagai benda yang terbuat dari bahan bebatuan juga ditemukan berbagai benda guci, wadah-wadah, perlengkapan sesaji, perkakas minum dan makanan, dan lain sebagainya yang terbuat dari bahan

² Renstra Kelurahan Dinoyo 2013-2018

³ Syamsul Arifin, Wawancara, Malang 18 Oktober 2018.

keramik. Penduduk pada zaman itu telah mempunyai teknologi yang digunakan untuk mengubah tanah yang lembek menjadi berbagai jenis produk yang dipergunakan untuk mempermudah kehidupan mereka.

Dengan berkembangnya zaman saat ini, material keramik kini mulai dikembangkan oleh berbagai ilmuwan dalam aspek teknologi karena mengingat sifat keramik yang unggul dan tidak dimiliki barang lain. Walaupun terdapat perbedaan pada teknologi keramik saat ini dengan keramik yang diproduksi pada zaman dulu, namun secara umum keduanya berasal dari material yang sama. Material keramik terus bertahan dan terus dikembangkan oleh para ilmuwan selama ribuan tahun bahkan jutaan tahun. Dari fakta tersebut maka dapat diasumsikan bahwa keramik mencorakkan perkembangan peradaban manusia. Taraf perkembangan peradaban manusia zaman dulu dapat diketahui dari perkembangan teknologi keramik pada zaman tersebut⁴.

Pengenalan kata keramik sendiri berawal dari negara Yunani yakni “*keramos*” berarti belanga atau periuk yang dibakar dan dibuat dari tanah liat. Dapat difahami bahwa keramik merupakan suatu barang yang terbentuk dari tanah liat melalui tahap pembakaran. Telah didefinisikan dalam buku dan ensiklopedia keramik sendiri merupakan karya seni dan suatu teknologi yang digunakan untuk membuat produk yang berasal dari tanah liat yang kemudian dibakar. Namun kini tidak seluruhnya keramik dibuat dari tanah liat. Mengingat sifat khas dan unik dari bahan keramik

⁴ Wahyu Gatot Budiyanto, *Kriya Keramik: Untuk Sekolah Menengah Kejuruan*, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008, Halaman 75

maka definisi kata keramik yang baru kini telah mencakup seluruh bahan terbuat dari anorganik bersifat padat dan bahan keramik yang berasal dari bukan logam.

Bahan keramik sendiri merupakan bahan yang tergolong rapuh tapi sangat kuat yang identik dengan timbal berat atau digunakan sebagai seringan bahan yang terapung di air. Dari berbagai macam definisi yang ada maka muncul dua penggolongan utama keramik: tradisional (*traditional ceramic*) dan modern (*advance ceramic*). Keramik yang tergolong tradisional adalah jenis keramik yang berbahan dasar tanah liat. Tanah liat atau lempung tergolong salah satu jenis mineral silikat yang mengandung SiO₂. Pada keramik jenis tradisional tanah liat sangat berguna sebagai materi pembuat plastis. Keramik yang berasal dari bahan mineral silikat dapat digolongkan sebagai jenis keramik tradisional misalnya: berbagai barang porselin, patung, saniter, ubin, semen, tungku gerabah, tempayan, dan *pottery, tableware, whiteware*⁵.

Dapat dikatakan bahwa keramik tradisional adalah keramik berbahan silikat. Berbeda dengan keramik tradisional, keramik modern dibuat dari perpaduan senyawaan oksida tertentu yang biasanya diperoleh dari material sintetis yang tidak terdapat di alam. Proses pengerjaannya harus dijaga pada keadaan tertentu dan dikontrol dengan ketat. Keramik modern sendiri telah menyebar luas pada berbagai jenis aplikasi diantaranya: superkonduktor, biokeramik, katalis, optik, refraktori, dan

⁵*Ibid*, Halaman 76

sebagainya. Keramik modern dapat dikategorikan sebagai kelompok besar dari *advance material*, yang terbagi menjadi keramik, polimer, logam, material elektronik., dan komposit.

Dengan berkembangnya zaman keramik terus mengalami perkembangan menjadi material yang penting hingga saat ini. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya keramik. Material keramik dapat dijumpai pada hampir di sebagian besar wilayah Indonesia, sehingga hampir diseluruh bagian Indonesia dapat ditemui berbagai sentra kerajinan keramik. Berbagai macam produk yang dibuat oleh sentra kerajinan tersebut sangatlah beragam mulai dari genting, batu bata, gerabah tradisional untuk keperluan rumah tangga, alat makan minum, pot-pot, dan keramik untuk bangunan.

Sejarah Industri Keramik di Kota Malang dimulai pada tahun 1953 saat pembentukan Lembaga Penyelenggara Perusahaan-Perusahaan Industri Dapertemen Perindustrian (LEPPIN). Kemudian muncul perusahaan keramik percontohan di daerah-daerah. Tahun 1957, LEPPIN mendirikan pabrik Keramik Dinoyo yang berada di Kota Malang di resmikan Wakil Presiden Mohammad Hatta⁶.

Pada awal pembuatannya, masyarakat sekitar hanya membuat gerabah serta perlengkapan rumah tangga yang berasal dari tanah liat (tanah sawa). Namun seiring dengan perkembangan kerajinan keramik yang mengikuti perkembangan keramik dari Cina, secara bertahap

⁶ Nainggolan. Khairina, Yaqub Cikusi, dan Hayat, Peningkatan Pendapatan Daerah Berbasis Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, *sosial politik humaniora*, Volume 05, Nomor 02, Tahun Juni 2017, Halaman 381

perkembangan keramik Dinoyo mengarah ke porselen di tahun 1955. Kemudian ditahun 1957 berdirilah pabrik kermik Dinoyo sebagai percontohan yang mengenalkan produksi keramik dengan menggunakan sistem *slip casting* (cetak tuang) dan *jinggering* (putar tekan).

Pabrik tersebut kemudian banyak menghasilkan beraneka macam produk peralatan rumah tangga seperti piring, cangkir, moci, dan lain-lain. Ditahun 1968 terjadi pemisahan unit-unit produksi menjadi unit-unit produksi Dinoyo 1, 2, 3 & Betek 1, 2, 3. Bahan baku di suplai dari KY, unit-unit menyiapkan barang setengah jadi (biskuit). Tahun 1968 unit-unit memisahkan diri dari induk/KY untuk mengembangkan usahanya sendiri tetapi masih menggantungkan pembinaan dan suplai bahan baku dari induk. Pada saat itu berkembang juga keramik hias berbentuk boneka (keramik noveltis)⁷.

Sama halnya dengan industri lain yang serupa, sentra industri keramik Dinoyo juga pernah mengalami pasang surut. Penjualan produk keramik Dinoyo sekitar tahun 1997 laris manis sehingga hasil keramik dinoyo banyak yang diekspor ke manca negara. Namun pasca krisis moneter dan tingginya harga bahan bakar miyak tanah pada masa tersebut, usaha keramik Dinoyo kemudian mengalami stagnasi. Pabrik Keramik Dinoyo milik pemerintah kemudian ditutup pada tahun 2003. Akibat penutupan pabrik keramik Dinoyo tersebut, banyak dari para pengerajin keramik yang masih memiliki keterampilan membuat keramik

⁷ <https://bungsujujasouvenir.wordpress.com/2016/11/27/pos-blog-pertama/>, Diakses pada 1 April 2019

kemudian merintis industri rumah tangga keramik yang tersebar di Dinoyo dan di Penanggunan.

Berkembangnya industri rumah tangga keramik di Dinoyo kemudian menjadikan pemerintah kota Malang menetapkan sentra industri keramik tersebut sebagai salah satu tempat pariwisata yang dikenal sebagai kampung keramik. Sebagai salah satu tempat wisata edukasi, kampung keramik Dinoyo menawarkan kursus singkat membuat keramik, serta berbagi pengetahuan mengenai sejarah kampung keramik Dinoyo serta keterampilan membuat kerajinan keramik kepada wisatawan.

Seiring dengan dengan perkembangan permintaan dan pasar, industri keramik Dinoyo kini tidak hanya memproduksi peralatan rumah tangga saja melainkan juga telah memproduksi berbagai macam kerajinan dari keramik seperti vas bunga, guci, lampu set, aroma teraphy burner serta berbagai souvenir pernikahan, wisuda dan lain-lain. Perbedaan kerajinan keramik Dinoyo terletak pada warna dan desain natural yang sesuai dengan negara tropis.

Produk keramik Dinoyo sendiri telah banyak dipasarkan di berbagai kota besar di Indonesia diantaranya Bali, Surabaya, Jakarta hingga luar pulau. Selain memiliki pangsa pasar dalam negeri kerajinan keramik Dinoyo juga telah merambah pasar internasional. Hal tersebut dapat terwujud karena adanya inisiatif dan partisipasi para pengerajin

untuk mengikuti berbagai acara pameran produk UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah dalam negeri maupun internasional⁸.

Dalam mempopulerkan Kampung Keramik Diniyo, Pemerintah Kota Malang dalam hal ini dinas pariwisata yang bekerjasama dengan paguyuban pengusaha keramik membuat Program Festival Keramik Diniyo yang diselenggarakan setiap tahun. Tujuan dari program tersebut adalah untuk menarik masyarakat umum khususnya wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke “Kampung Wisata Keramik Diniyo”.

Cara tersebut ternyata sangat efektif, terbukti setiap tahunnya pengunjung festival tersebut terus mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah pengunjung festival keramik di Kota Malang berdampak pada tingginya permintaan konsumen, baik konsumen domestik ataupun mancanegara terhadap produk-produk keramik yang ada disentra usaha keramik diniyo dan berdampak pada popularitas produk keramik Diniyo⁹.

3. Kondisi Perekonomian Pengerajin Keramik Diniyo

Berkembangnya usaha kerajinan keramik Diniyo hingga saat ini memberi dampak yang positif terhadap perekonomian para pengerajin keramik. Dampak positif ini dapat terlihat dari berkurangnya pengangguran di kelurahan Diniyo. Dari sepuluh industri keramik yang

⁸ Syamsul Arifin, Wawancara (Malang, 18 Oktober 2018)

⁹ <https://bungsujujasouvenir.wordpress.com/2016/11/27/pos-blog-pertama/>, Diakses pada 1 April 2019

masih melakukan kegiatan produksi hingga saat ini, tiap industri rata-rata memiliki lima hingga tujuh karyawan. Namun ketika terjadi banyak pemesanan keramik, industri keramik akan menambah beberapa karyawan produksi pada waktu tersebut¹⁰.

Sedangkan untuk 14 gerai keramik yang masih beropresi hingga saat ini, tiap gerai keramik hampir memiliki satu hingga dua karyawan. Karyawan yang di pekerjakan di gerai keramik bertugas melakukan *packaging* atau *finishing*¹¹. Selain terdapat industri keramik dan gerai-gerai keramik, pada kelurahan Dinoyo juga terdapat pengerajin atau pengusaha *gypsum*. Sebanyak delapan pengusaha *gypsum* yang beroperasi di kelurahan dinoyo. Dari delapan pengusaha *gypsum* masing-masing memiliki dua hingga tiga karyawan¹².

Selain dianggap mampu mengurangi angka pengangguran di sekitar kelurahan Dinoyo, dampak ekonomi lain yang dirasakan oleh para pengerajin keramik Dinoyo adalah meningkatnya pendapatan pengerajin keramik. Hampir sebagian besar penjualan keramik Dinoyo berasal dari pemesanan para konsumen. Hanya sebagian kecil pendapatan pengerajin keramik Dinoyo berasal dari penjualan langsung. Sedangkan untuk produk keramik yang paling diminati oleh konsumen diantaranya yaitu berbagai jenis *souvenir*, mug, asbak dan vas bunga.

Kapasitas produksi pengerajin keramik tiap bulannya sebanyak 2.000 hingga 3.000 buah produk keramik. Dengan kapasitas produksi

¹⁰ Syamsul Arifin, Wawancara (Malang,12 Maret 2019)

¹¹ Rita Octavia, Wawancara (Malang,23 Desember 2018)

¹² Joko Purnomo, Wawancara (Malang,18 Oktober 2018)

yang besar, rata-rata pendapatan para pengerajin keramik sebesar Rp. 2.000.000 hingga Rp. 5.000.000 tiap bulannya. Besar kecilnya pendapatan tersebut akan mengalami perubahan sesuai dengan banyaknya pesanan keramik yang diinginkan oleh konsumen. Besarnya pendapatan para pengerajin keramik tersebut dianggap dapat membantu perekonomian para pengerajin keramik hingga saat ini¹³.

4. Struktur Organisasi Serta Peran Paguyuban Keramik Dinoyo

Paguyuban pengerajin dan pedagang keramik dinoyo berdiri pada tahun 1999, dengan 32 anggota yang terdiri dari sepuluh pengerajin keramik, delapan pengerajin *gypsum*, dan 14 gerai yang masih beroperasi hingga saat ini. Produk utama yang di produksi dan di pasarkan oleh paguyuban pengerajin dan pedagang keramik dinoyo adalah keramik hias dan *gips*¹⁴.

Tabel 4.1
Pemilik Usaha Keramik Dinoyo Malang Tahun 2015-2018

No.	Nama Usaha	Pemilik	Alamat
1.	Bungsu Jaya Sovenir	Ibu Hj. Hartiningsih	MT. Haryono Gg IX No 308 0341 570454
2.	CAMEL Sovenir	Ibu Kartika Wati	MT. Haryono Gg IX No 347 081331204006
3.	Cenderamata Keramik	H. A Syamsul Arifin	MT.Haryono Gg XID No 474 081555731661
4.	ASIH Keramik	Purwaningsih	MT. Haryono XI D No 368 0817389335
5.	CERAMIC Showroom	Ibu Riyati	MT. Haryono XI D No 368 0341 570885
6.	CJDW Art	Eddy Sujarwo	MT. Haryono XI D No 45

¹³ *Questioner* (18-Oktober-2018)

¹⁴ wawancara, H.Syamsul Arifin (12-Maret-2019).

	Galery		0341 564540
7.	Denis Souvenir	Ibu Sulastri	MT. Haryono XI D No 344 081333668722
8.	DINIKOE	H. Sihabudin Ahmad	Tlogomas – 08575578000
9.	Family KERAMIK	Ibu Yeni	MT. Haryono Gg XI No 42 081233703137
10.	Keramik Firman	Ibu Rahma Nur Dyah	MT. Haryono Gg XID No340 0341571359
11.	GITO Gips & Souvenir	Susiana	MT. Haryono XIII B
12.	Irama Bayu	Ibu Rukayah	MT. Haryono XI D No 458 0341 565152
13.	Istana Jaya Souvenir	Yohanis	MT. Haryono XI No 346 0341 569532
14.	Keramik REJO	Ibu Endrawati	MT. Haryono IX No 333 0341 – 8646669
15.	Dinoyo Keramik Keramik	Bpk. H. Handi S. Hartono	Jl. MT. Haryono XIII (08123359019)
16.	Kita Gips & Souvenir	Ibu Susiyanti	Jl. MT. Haryono XIII A No. 423 (085646370029)
17.	Langgeng Keramik	Ibu Erna Ratnawati	Jl. MT. Haryono IX No. 308 A(0341560223/081334612091)
18.	Lestari Keramik	Ibu Sriyeksi Rahayu	Jl. MT. Haryono XI No. 342 (081235604052)
19.	Martha Gips & Souvenir	Bpk. Sofiyantoko Kamidi	Jl. MT. Haryono XIII A No. 398 (085233352848)
20.	Mbak Ti Gips & Souvenir	Bpk. Edi Suyitno	Jl. MT. Haryono XI D (08123488749)
21.	Mega Jaya Keramik	Ibu Hj. Sri Bawon	Jl. MT. Haryono IX No. 308 B (0341-582682/081252753329)
22.	Nisa Souvenir	Ibu Hj. Nisa Sandy EL	Jl. MT. Haryono XIII No. 445 (0341-9964182/0817538384)
23.	Pak Ismo Souvenir	Bpk. Juadi	Jl. MT. Haryono Gg. XI D No. 474(0341-584235)
24.	Ragil Ceramic	Ibu Atik	Jl. MT. Haryono Gg. IX D No. 466 (0341)7011150/ 081331007109
25.	Rahmad Gips & Souvenir	Bpk. Rahmad	Jl. MT. Haryono XIII A No.427 (085233028081)
26.	Yan's Keramik	Dra. Sri Handayani	MT. Haryono Gg XI - Dinoyo Malang
27.	Eky Wahyu Keramik	H. Sutikno	MT. Haryono Gg XI - Dinoyo Malang
28.	Rita Gips &	Ibu Rita Oktavia	Jl. MT. Haryono XI No. 347

	Souvenir		(03419201293/081334849701)
29.	SN Keramik	Bpk. Drs. Siono Nursiki	Jl. MT. Haryono Gg. XI D No. 66 (0341-570407)
30.	Sudirman Keramik	Bpk. Sudirman	Jl. MT. Haryono Gg. XI D No. 463 (081805092537)
31.	Sukma Cipta Ceramic	Ibu Dra. Anisati	Jl. MT. Haryono Gg. XI D No. 470 (0341 7586464/ 081233641770)
32.	Tanah Agung Keramik	Bpk. L. Agus Ngadiman	Jl. MT. Haryono No. 9 (0341-5330204)

Sumber: Jodang Setia Adi Anista R., Tesis M.E, Halaman 89-90

Paguyuban pengerajin dan pedagang keramik dinoyo ini dibawah perlindungan dan pengawasan Kepala UPT Aneka Industri dan Kerajinan Sub. Keramik Malang Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur serta Kepala Dinas Perindustrian Kota Malang. Kantor sekretariat Paguyuban pengerajin dan pedagang keramik dinoyo berada di Jl. MT. Haryono IX-D 474, RW.03 Dinoyo, Lowokwaru, Malang.

Tabel 4.2

Stuktur Organisasi Paguyuban Tahun 2015-2018

No.	Nama	Jabatan
1.	H.Syamsul Arifin	Ketua
2.	H.Sihabudin Ahmad, ST	Wakil Ketua
3.	Suheri, S.Pd	Sekretaris
4.	Asih Ngadi Pramono	Bendahara
5.	Dra. Anisati Sucipto	Bendahara II
6.	Sony Suharto	Bidang Produksi Keramik
7.	H. Ustman Sutikno	Bidang Produksi Gips
8.	Drs.H.Siyono Nurizki	Bidang Humas dan Perdagangan
9.	Ir.H. Ahmad Wiyono	Bidang Pengembangan SDM
10.	H.Handi S Hartono	Bidang Pengembangan Teknologi

Sumber: Jodang Setia Adi Anista R., Tesis M.E, Halaman 87

B. Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Keramik

1. Perubahan Elastisitas Harga Permintaan Keramik

Perubahan harga beberapa kerajinan keramik Dinoyo di latarbelakangi oleh adanya perubahan pada harga bahan baku keramik seperti glasir dan mase. Perubahan harga bahan baku glasir dan mase mengalami peningkatan sebesar 7.500 rupiah untuk glasir dan 1.000 hingga 1250 untuk mase. Naiknya beberapa harga bahan baku tersebut kemudian berdampak pada naiknya beberapa harga kerajinan keramik Dinoyo.

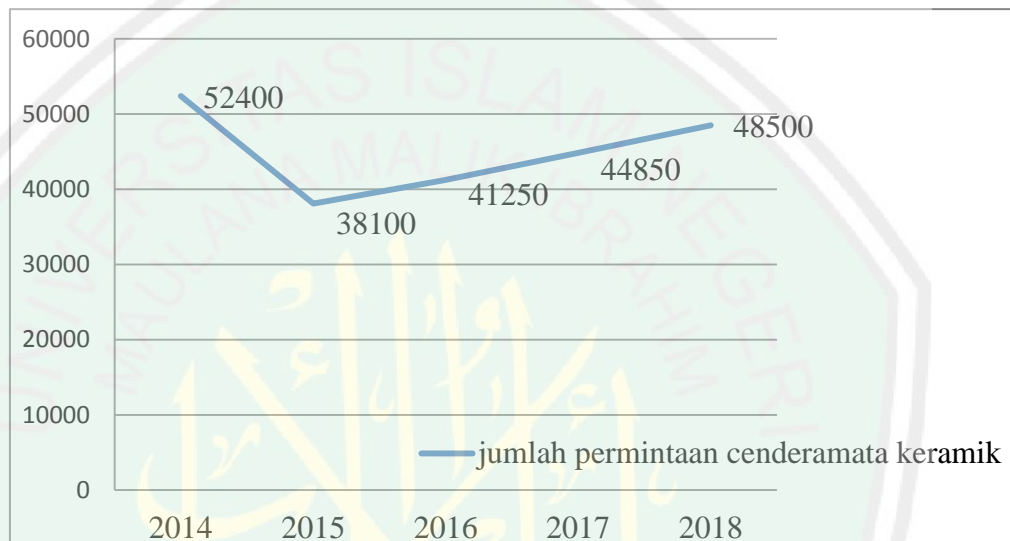
Beberapa kerajinan keramik di gerai Cenderamata Keramik pun terkena dampak dari adanya kenaikan pada harga bahan baku keramik. *Beberapa harga kerajinan Cenderamata Keramik mengalami peningkatan 10% hingga 20% tiap tahunnya. Harga kerajinan keramik Cenderamata dapat di peroleh dengan harga 5.000 hingga 50.000 per buahnya. Harga kerajinan keramik tersebut akan semakin tinggi tergantung dengan ukuran dan tingkat kerumitan disain dan motif keramik¹⁵.*

Adanya perubahan pada harga kerajinan keramik Cenderamata Keramik, berdampak secara langsung pada perubahan permintaan dan penawaran Cenderamata Keramik Dinoyo malang. Rata-rata harga permintaan dan penawaran Cenderamata Keramik naik hingga 15%. Namun adanya peningkatan pada harga kerajinan keramik tidak

¹⁵ wawancara, H.Syamsul Arifin (04-April-2019).

berdampak pada penurunan kerajinan Cenderamata Keramik. Penawaran dan permintaan Cenderamata Keramik mengalami peningkatan sebesar 10% dari tahun 2014 hingga tahun 2018¹⁶.

Gambar 4.2
Permintaan Cenderamata Keramik Tahun 2014-2018 (Buah)



Sumber: wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018).

Dari tahun 2014 ke 2015 permintaan Cenderamata Keramik mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan permintaan Cenderamata Keramik yang awalnya sebesar 52.400 buah ditahun 2014 menjadi 38.100 buah di tahun 2015. Turunnya permintaan keramik Cenderamata ditahun 2015 ini dilatar belakangi oleh adanya peningkatan pada bahan baku keramik seperti mase dan glasir. Naiknya harga gas LPG juga menjadi salah satu alasan bagi para pengerajin keramik untuk menaikkan harga kerajinan keramiknya yang kemudian berimbas pada penurunan permintaan dari konsumen.

¹⁶ wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018).

Ditahun 2016 hingga tahun 2018 permintaan keramik Cenderamata kembali mengalami peningkatan hingga 10% tiap tahunnya. Permintaan keramik Cenderamata tahun 2015 sebesar 38.100 buah kemudian meningkat ditahun 2016 sebesar 41.250 buah. Hal yang sama terjadi ditahun 2017 dimana kerajinan keramik kembali mengalami peningkatan menjadi 44.850 buah. Terakhir ditahun 2018 keramik Cenderamata kembali mengalami peningkatan menjadi 48.500 buah. Mulai stabilnya harga bahan baku serta harga gas LPG yang menjadi bahan baku bakar keramik menjadi alasan peningkatan permintaan keramik Cenderamata dan harga kerajinan keramik Cenderamata.

Secara keseluruhan, perubahan pada harga permintaan cenderamata Keramik dari tahun 2015-2018 cenderung bersifat Elastis karena elastisitas permintaan keramik bernilai 1. Hal ini dikarenakan, naiknya harga pada hasil kerajinan keramik juga dimbangi dengan adanya kenaikan pada permintaan kerajinan keramik. Kebanyakan permintaan kerajinan keramik cenderamata berasal dari set cangkir, dan souvenir oleh-oleh yang selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya.

Tabel 4.3
Elastisitas Harga Permintaan Cenderamata Keramik Tahun 2015-2018

Jenis Kerajinan	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	0,019	0,022	0	0
Piring	1	0	1	1
Souvenir Oleh-Oleh	1	1	1	1
Set Cangkir	0	1	1	1
Guci/ Kerajinan Besar	0	1	0	1

Sumber: wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018) data diolah

Kerajinan cangkir kecil keramik Cendaramata Inelastis ditahun 2015 hingga tahun 2018 karena kurang dari 1. Inelastisnya harga permintaan cangkir kecil Cenderamata dikarenakan presentasi perubahan harga lebih tinggi dari pada jumlah permintaan. Walaupun kerajinan cangkir adalah salah satu kerajinan yang paling diminati. Nilai rata-rata elastisitas harga permintaan kerajinan cangkir Cenderamata Ditahun 2015 hingga tahun 2018 sebesar 0.

Berbeda dengan kerajinan cangkir kecil, elastisitas harga permintaan kerajinan piring Cenderamata elastis di tahun 2015 yaitu bernilai 1. Elatisnya harga permintaan piring hasil produksi cenderamata ini dikarenakan perubahan harga yang timbul berpengaruh terhadap jumlah permintaan konsumen. Berbeda dengan tahun 2015, ditahun 2016 elastisitas harga permintaan piring menjadi Inelastis sebesar 0. Kembali ditahun 2017-2018 elastisitas harga permintaan kerajinan piring Cenderamata menjadi Elastis karena bernilai 1.

Souvenir atau oleh-oleh hasil kerajinan keramik merupakan kerajinan keramik yang paling diminati oleh konsumen baik dari luar kota maupun dari mancanegara. Kerajinan souvenir Cenderamata cenderung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Meningkatnya jumlah permintaan souvenir tersebut berdampak pada elastisitas harga permintaan souvenir yang cenderung elastis karena bernilai 1 dari tahun 2015 hingga tahun 2018.

Kerajinan set cangkir Cenderamata inelastis ditahun 2015 karena bernilai 0. Inelastisnya harga permintaan set cangkir ini terjadi karena perubahan pada harga kerajinan set cangkir tidak memberi dampak terhadap peningkatan permintaan set cangkir Cenderamata. Ditahun 2016 hingga tahun 2018 elastisitas harga permintaan kerajinan set cangkir Cenderamata menjadi Elastis yaitu bernilai 1.

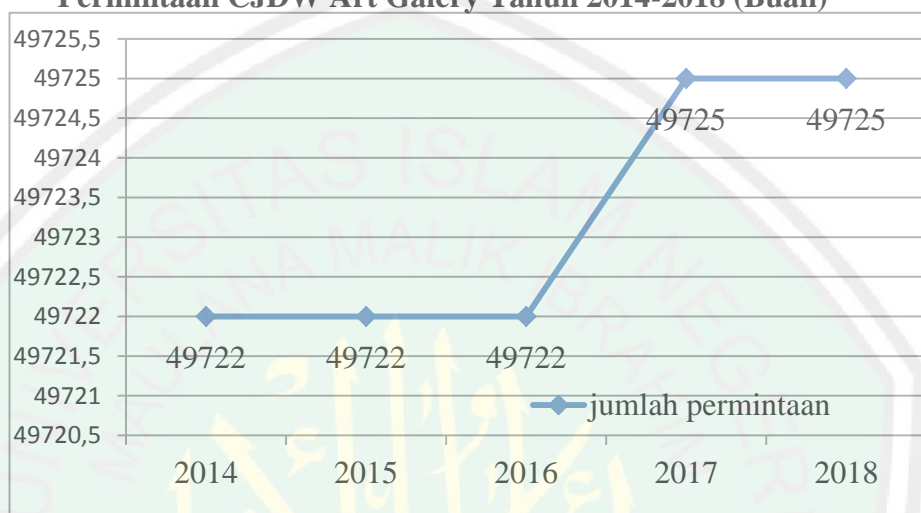
Terakhir elastisitas harga permintaan guci atau kerajinan keramik yang berukuran besar hasil produksi Cenderamata Keramik cenderung fluktuatif. Ditahun 2015 guci atau kerajinan keramik yang berukuran besar elastisitas harga permintaannya adalah inelastis. Ditahun 2016 guci atau kerajinan keramik yang berukuran besar elastisitas harga permintaannya menjadi elastis. Namun ditahun 2017, guci atau kerajinan keramik yang berukuran besar elastisitas harga permintaannya kembali inelastis. Guci atau kerajinan keramik yang berukuran besar elastisitas harga permintaannya kembali elastis ditahun 2018.

Berbeda dengan cenderamata keramik, naiknya harga beberapa harga bahan baku keramik seperti glasir dan mase tidak berdampak pada perubahan harga permintaan kerajinan keramik CJDW *Art Galery*. Stabilitasnya harga pada kerajinan keramik CJDW *Art Galery* ini berdampak pada permintaan CJDW *Art Galery* yang stabil selama lima tahun terakhir¹⁷. Selama lima tahun terakhir permintaan CJDW *Art Galery* rata-

¹⁷ Wawancara Eddy Sujarwo (23-Desember-2018)

rata mencapai 49.000 buah kerajinan keramik dengan berbagai macam ukuran dan corak yang berbeda.

Gambar 4.3
Permintaan CJDW Art Galery Tahun 2014-2018 (Buah)



Sumber: Wawancara Eddy Sujarwo (23-Desember-2018)

Dari periode 2014 sampai dengan 2018 permintaan kerajinan keramik CJDW *Art Galery* kurang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terlihat dari grafik permintaan CJDW *Art Galery* tahun 2014-2018, permintaan keramik tahun 2014 hingga tahun 2016 tidak mengalami perubahan yaitu sebanyak 49.722 buah kerajinan keramik. Ditahun 2017 permintaan kerajinan keramik CJDW *Art Galery* sedikit mengalami peningkatan yaitu sebanyak 49.725 buah kerajinan keramik. Jumlah permintaan tersebut juga tidak mengalami peningkatan di tahun 2018.

Lain halnya dengan dengan elastisitas harga permintaan cenderung rata-rata bersifat Elastis, elastisitas harga permintaan keramik CJDW *Art Galery* cenderung bersifat tidak elastis.

Walaupun permintaan kerajinan keramik CJDW *Art Galery* tidak mengalami penurunan selama lima tahun terakhir, namun tidak adanya perubahan pada harga permintaan keramik CJDW *Art Galery* dari tahun 2014-2018 yang relatif tetap menyebabkan elastisitas harga CJDW *Art Galery* tidak elastis.

Tabel 4.4
Elastisitas Harga Permintaan CJDW *Art Galery* Tahun 2015-2018

Jenis Kerajinan	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	0	-0,0004	0	0
Piring	0	0	0,02	0
Souvenir Oleh-Oleh	0	0	0	0
Set Cangkir	0	0	-0,01	0
Guci/ Kerajinan Besar	0	0	0,49	0

Sumber: wawancara, Eddy Sujarwo (23-Desember-2018) data diolah

Hasil tersebut menunjukkan bahwa selama kurun waktu lima tahun terakhir elastisitas harga permintaan CJDW *Art Galery* tidak elastis. Cangkir kecil hasil produksi CJDW *Art Galery* elastisitas harga permintaannya inelastis ditahun 2015 karena bernilai 0. Namun, ditahun 2016 elastisitas harga permintaan cangkir kecil buatan CJDW *Art Galery* inelastis sempurna yaitu sebesar -0,0004. Inelastis sempurna harga permintaan cangkir kecil CJDW *Art Galery* ini dikarenakan perubahan pada harga cangkir kecil menyebabkan permintaan caangkir kecil yang relatif lebih sedikit. Selanjutnya ditahun 2017 dan 2018 elastisitas harga permintaan cangkir kecil CJDW *Art Galery* bernilai 0 yang artinya inelastis.

Elastisitas harga permintaan piring CJDW *Art Galery* relatif inelastis karena bernilai 0 dari tahun 2015-2016. Ditahun 2017 elastisitas harga permintaan piring CJDW *Art Galery* berubah menjadi 0,02 yang artinya inelastis harga permintaan pada kerajinan piring tersebut. Ditahun 2018 elastisitas harga permintaan piring CJDW *Art Galery* kembali bernilai 0, yang maknanya inelastis. Souvenir atau oleh-oleh produksi CJDW *Art Galery* elastisitas harga permintaannya inelastis dari tahun 2015-2018 karena bernilai 0 selama lima tahun terakhir.

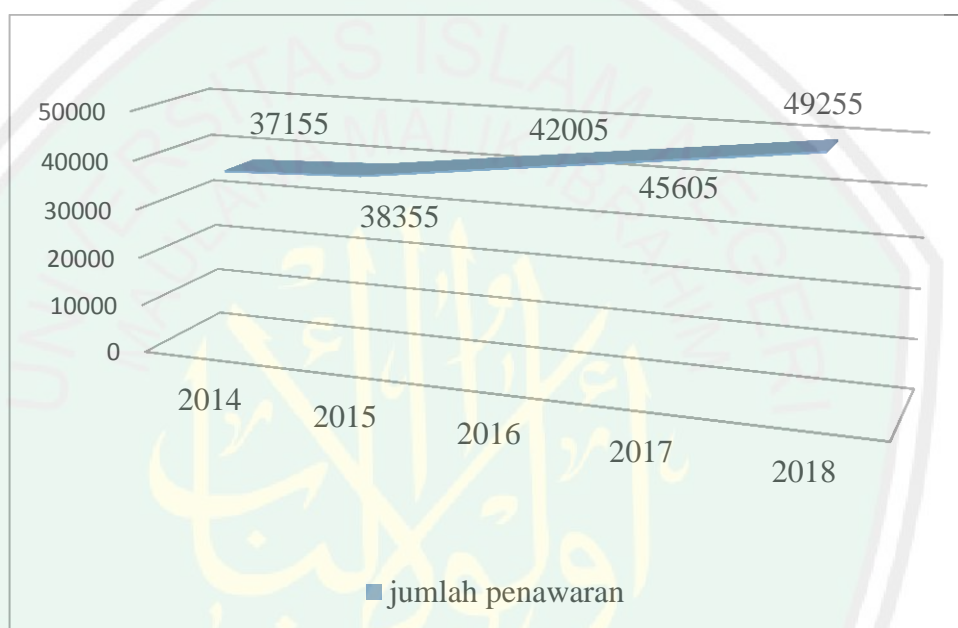
Sama halnya dengan kerajina keramik CJDW *Art Galery* yang lain. Set cangkir dan guci buatan CJDW *Art Galery* cenderung inelastis. Ditahun 2015-2016 set cangkir dan guci CJDW *Art Galery* elastisitas harga permintaannya bernilai 0 yang artinya inelastis. Ditahun 2017 set cangkir CJDW *Art Galery* menjadi -0,01 pada elastisitas harga permintaannya yang berarti inelastis sempurna. Sedangkan untuk guci, ditahun 2017 bernilai 0,49 yang berarti inelastis pada harga permintaannya. Ditahun 2018, elastisitas harga permintaan set cangkir dan guci kembali menjadi 0 yaitu inelastis.

2. Perubahan Elastisitas Harga Penawaran Keramik

Harga penawaran Cenderamata Keramik relatif mengalami perubahan ditahun 2014 hingga tahun 2018. Perubahan harga pada penawaran Cenderamata Keramik ini disebabkan naiknya harga beberapa bahan baku keramik serta naiknya bahan bakar minyak dari tahun 2014

yang terus mengalami kenaikan. H.Syamsul Arifin menyatakan bahwa kenaikan bahan bakar minyak akan berimbas pada kenaikan harga bahan-bahan termasuk harga bahan baku keramik¹⁸.

Gambar 4.4
Penawaran Cenderamata Keramik Tahun 2014-2018 (Buah)



sumber: wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018).

Dari grafik penawaran Cenderamata Keramik selama lima tahun terakhir dapat disimpulkan bahwa penawaran Cenderamata keramik terus mengalami peningkatan tiap tahunnya dari tahun 2014 hingga tahun 2018. Ditahun 2014 jumlah penawaran Cenderamata Keramik mencapai 37.155 buah kerajinan keramik. Ditahun 2015 jumlah penawaran kerajinan Cenderamata Keramik mengalami peningkatan sebesar 38.355 buah. Kembali mengalami peningkatan, ditahun 2016 kerajinan Cenderamata Keramik yang berhasil dittawarkan sebesar 42.000 buah.

¹⁸ Wawancara H.Syamsul Arifin (12-Maret-2019)

Ditahun 2017 kerajinan Cenderamata Keramik meningkat menjadi 45.605 buah. Terakhir, ditahun 2018 penawaran Cenderamata keramik naik menjadi 49.255 buah di tahun tersebut.

Naiknya harga bahan baku keramik ini juga berdampak pada perubahan elastisitas harga penawaran Cenderamata Keramik. Perubahan pada elastisitas harga penawaran Cenderamata Keramik cenderung Elastis. Hal ini dikarenakan nilai perubahan harga penawaran Cenderamata Keramik bernilai 1. Dimana perubahan pada harga juga diimbangi oleh perubahan pada penawaran Cenderamata Keramik sehingga elastisitas harga penawarannya bersifat Elastis.

Tabel 4.5
Elastisitas Harga Penawaran Cenderamata Keramik Tahun 2015-2018

Jenis Kerajinan	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	0	1	1	1
Piring	0	1	1	1
Souvenir Oleh-Oleh	1	1	1	1
Set Cangkir	0	1	1	1
Guci/ Kerajinan Besar	0	1	0	1

Sumber: wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018) data diolah.

Elastisitas harga penawaran cangkir kecil Cenderamata Keramik selama lima tahun terakhir adalah elastis. Hal ini dikarenakan perubahan harga yang ada juga diimbangi dengan jumlah penawaran yang tinggi. Tahun 2015 elastisitas harga penawaran cangkir kecil Cenderamata adalah inelastis karena bernilai 0. Perubahan elastisitas harga penawaran cangkir kecil Cenderamata terjadi ditahun 2016-2018 sebesar 1. Nilai

tersebut mengindikasikan bahwa elastisitas harga penawaran cangkir kecil Cenderamata adalah elastis.

Sama halnya dengan cangkir kecil, elastisitas harga penawaran piring cenderamata juga bernilai 0 ditahun 2015. Nilai 0 menjelaskan bahwa elastisitas harga penawaran piring adalah inelastis. Adapun hal tersebut disebabkan oleh besarnya perubahan pada harga yang ditawarkan tidak diimbangi dengan perubahan jumlah kerajinan piring Cenderamata yang ditawarkan. Selanjutnya ditahun 2016-2018 elastisitas harga penawaran piring Cenderamata adalah elatis karena bernilai 1 ditahun tersebut.

Elastisitas harga penawaran souvenir Cenderamata tahun 2015-2018 bernilai 1. Angka 1 tersebut menunjukkan bahwa elastisitas harga penawaran Souvenir atau oleh-oleh Cenderamata adalah elastis. Besarnya perubahan harga yang ditawarkan yang juga diimbangi dengan jumlah souvenir Cenderamata yang ditawarkan menjadi penyebab elastisnya harga penawaran souvenir Cenderamata Keramik ditahun 2015-2018 atau selama lima tahun terakhir.

Inelastisnya harga penawaran set cangkir Cenderamata di tahun 2015 ini dikarenakan nilai elastisitas harga penawaran set cangkir tersebut adalah 0. Perubahan elastisitas harga penawaran set cangkir Cenderamata terjadi ditahun 2016-2018. Ditahun tersebut nilai elastisita harga penawaran set cangkir Cenderamata adalah 1. Angka 1 tersebut

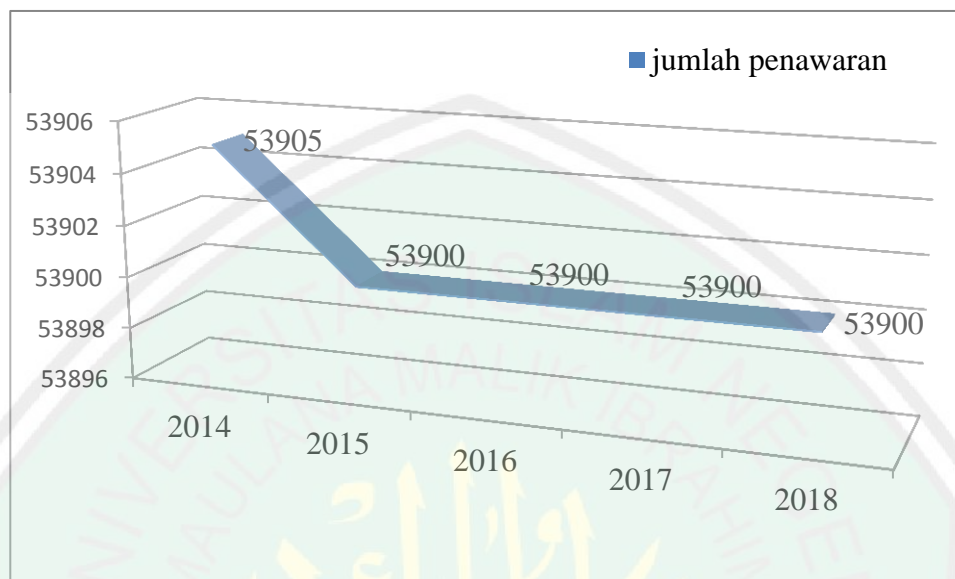
mengindikasikan bahwa elastisnya harga penawaran set cangkir Cenderamata ditahun tersebut.

Elastisitas harga penawaran kerajinan guci Cenderamata Keramik di tahun 2015-2018 cenderung fluktuatif. Ditahun 2015 elastisitas harga penawaran guci Cenderamata adalah 0 yang artinya inelastis. Ditahun 2016 elastisitas harga penawaran guci Cenderamata bernilai 1. Nilai tersebut menunjukkan bahwa elastisnya harga penawaran guci Cenderamata ditahun 2016 tersebut. Ditahun 2017 elastisitas harga penawaran guci Cenderamata keramik kembali bernilai 0 atau inelastis. Hal yang serupa juga terjadi pada elastisitas harga penawaran guci Cenderamata ditahun 2018 yang kembali elastis atau bernilai 1.

Dengan naiknya beberapa harga bahan baku keramik selama beberapa tahun terakhir, tidak memiliki dampak pada perubahan harga penawaran keramik CJDW *Art Galery* yang tidak mengalami perubahan selama lima tahun terakhir. Tidak adanya perubahan pada harga penawaran keramik CJDW *Art Galery* ini dikarenakan banyaknya permintaan keramik selama lima tahun terakhir sehingga pengerajin enggan menaikkan harga keramik tersebut¹⁹.

¹⁹ Wawancara Eddy Sujarwo (23-Desember-2018)

Gambar 4.5
Penawaran CJDW Art Galery Tahun 2014-2018 (Buah)



Sumber: Wawancara Eddy Sujarwo (23-Desember-2018)

Pada tahun 2014 penawaran keramik CJDW *Art Galery* sebesar 53.905 buah keramik dengan berbagai ukuran dan corak yang berbeda. Namun, ditahun 2015 penawaran keramik CJDW *Art Galery* mengalami penurunan sebesar 5 buah kerajinan keramik menjadi 53.900 ditahun tersebut. Setelah mengalami penurunan pada penawarannya ditahun 2015, ditahun 2016 hingga tahun 2018 penawaran keramik CJDW *Art Galery* cenderung tetap yaitu sebesar 53.900 buah kerajinan keramik.

Tidak adanya perubahan pada jumlah penawaran keramik CJDW *Art Galery* tidak berdampak pada harga penawaran keramik CJDW *Art Galery*. Harga penawaran cenderung tetap selama periode lima tahun terakhir yaitu tahun 2014 hingga tahun 2018. Hal tersebut kemudian berdampak pada elastisitas harga penawaran keramik CJDW *Art Galery* selama periode 2015 hingga 2018 yang inelastis secara keseluruhan.

Inelastisnya harga penawaran CJDW *Art Galery* ini disebabkan oleh harga penawaran keramik yang tidak mengalami perubahan.

Tabel 4.6
Elastisitas Harga Penawaran CJDW *Art Galery* Tahun 2015-2018

jenis kerajinan	2015	2016	2017	2018
cangkir kecil	0	0	0	0
Piring	0	0	0,25	0
souvenir oleh-oleh	0	0	0	0
set cangkir	0	0	0	0
guci/ kerajinan besar	0	0	0	0

Sumber: wawancara, Eddy Sujarwo (23-Desember-2018) data diolah.

Elastisitas harga penawaran cangkir kecil CJDW *Art Galery* cenderung inelastis dari tahun 2015 hingga tahun 2018. Inelastisnya harga penawaran tersebut dikarenakan tidak adanya perubahan pada harga penawaran keramik CJDW *Art Galery* pada periode tahun tersebut. Nilai elastisitas harga penawaran keramik CJDW *Art Galery* pada tahun 2014-2018 adalah 0 atau inelatis.

Piring hasil produksi CJDW *Art Galery* dari tahun 2015 sampai tahun 2016 nilai elastisitas harga penawarannya adalah 0, yang artinya elastisitas harga penawaran piring CJDW *Art Galery* di tahun tersebut adalah inelastis. Ditahun 2017 elastisitas harga penawaran piring CJDW *Art Galery* adalah 0,25 atau dapat disebut inelastis. Ditahun 2018 elastisitas herga penawaran piring CJDW *Art Galery* kembali berada pada angka 0 atau disebut inelastis.

Stabilnya harga penawaran kerajinan keramik selama lima tahun terakhir juga berdampak pada elastisitas harga penawaran souvenir di

CJDW *Art Galery* tahun 2015-2018. Elastisitas harga penawaran souvenir CJDW *Art Galery* tahun 2015 adalah 0. Elastisitas harga penawaran souvenir CJDW *Art Galery* kembali bernilai 0 ditahun 2016. Ditahun 2017 elastisitas harga penawaran CJDW *Art Galery* souvenir sebesar 0. Hingga tahun 2018 elastisitas harga penawaran souvenir CJDW *Art Galery* tetap sebesar 0. Nilai 0 tersebut berarti bahwa elastisitas harga penawaran souvenir ditahun tersebut adalah inelatis.

Elastisitas harga penawaran set cangkir CJDW *Art Galery* tahun 2015-2018 adalah inelastis. Hal tersebut dikarenakan elastisitas harga penawaran set cangkir CJDW *Art Galery* ditahun 2015 adalah 0. Ditahun 2016 elatisitas harga penawaran set cangkir CJDW *Art Galery* tetap sebesar 0. Hingga tahun 2018 nilai elastisitas harga penawaran set cangkir CJDW *Art Galery* adalah 0. Inelastisnya harga penawaran set cangkir tersebut dikarenakan tidak adanya perubahan pada harga penawaran set cangkir di tahun 2015-2018.

Sama halnya dengan cangkir kecil, piring, souvenir dan set cangkir, elastisitas harga penawaran guci CJDW *Art Galery* juga cenderung inelastis ditahun 2015-2018. Di tahun 2015 elatisitas harga penawaran guci CJDW *Art Galery* adalah 0. Selanjutnya ditahun 2016 elastisitas harga penawaran guci CJDW *Art Galery* tetap sebesar 0. Hal tersebut berlanjut ditahun 2017 bernilai 0 elatisitas harga penawaran guci CJDW *Art Galery*.terakhir ditahun 2018 elastisitas harga penawaran guci CJDW *Art Galery* adalah 0 atau inelastis.

3. Peluang dan Potensi Keramik Dinoyo

Memiliki pangsa pasar yang luas dan telah dikenal oleh konsumen menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki para pengerajin keramik Dinoyo. Hasil produksi para pengerajin dan pedagang keramik di paguyuban dinoyo ini telah banyak dipasarkan di berbagai kota-kota besar dalam negeri maupun diluar negeri. Sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa kerajinan keramik Dinoyo Malang telah memiliki tempat tersendiri bagi para konsumen asing atau dalam negeri.

Selain telah dikenal oleh para konsumen, paguyuban di kampung keramik Dinoyo ini telah memiliki banyak pengerajin keramik yang terampil dan berpengalaman. Hal ini dikarenakan banyaknya pengerajin keramik yang telah lama merintis usaha mereka. Keterampilan para pengerajin Dinoyo dapat terlihat dari bagaimana para pengerajin selalu berinovasi dan menuangkan gagasan mereka pada desain kerajinan keramik, berbagai bentuk baru, hiasan yang beraneka ragam serta memiliki banyak pilihan warna pada hasil kerajinan keramik mereka.

Berbagai macam pelatihan dan training dilakukan oleh pemerintah dan instansi terkait untuk dapat meningkatkan keterampilan dan *skill* para pengerajin keramik Dinoyo. Dari adanya berbagai pelatihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan *skill* dan keterampilan para pengerajin Dinoyo untuk dapat membaca dan memenuhi permintaan pasar yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Selain menyediakan berbagai pelatihan dan training yang dilakukan oleh pemerintah dan

instansi terkait, penyediaan pameran baik dalam negeri maupun luar negeri dilakukan oleh para pengerajin keramik untuk mengenalkan dan memasarkan hasil kerajinan mereka²⁰.

Tersedianya bahan baku yang melimpah, menjadi salah satu keuntungan bagi negara Indonesia yang dikenal memiliki banyak sumber daya alam yang tersedia. Banyaknya sumber daya alam yang tersedia, mempermudah para pengerajin keramik untuk mendapatkan bahan baku keramik. Selalu menyediakan bahan baku yang baik, membuat hasil kerajinan keramik Dinoyo memiliki kualitas yang tak kalah dengan hasil kerajinan keramik yang serupa.

Selain adanya peran aktif dari para pengerajin keramik untuk mengembangkan dan mempertahankan kerajinan keramik Dinoyo, pemerintah kota Malang dan UPT Disperindag Provinsi Jawa Timur juga memberikan pelatihan serta bantuan berbagai peralatan pembuatan kerajinan keramik seperti alat pembakaran (tungku), meja putar, dan potmil²¹. Selain menyediakan bantuan peralatan kerajinan keramik, UPT Disperindag Provinsi Jawa Timur menyediakan bahan baku bagi para pengerajin yang kesulitan memperoleh beberapa bahan baku seperti *masse* dan glasir.

Potensi lain yang dimiliki oleh pengerajin keramik Dinoyo adalah desain dan corak keramik yang natural dan beragam sesuai untuk negara

²⁰ wawancara, H.Syamsul Arifin (23-Desember-2018).

²¹ wawancara, Eddy Sujarwo (12-Maret-2019).

tropis yang tidak dimiliki oleh kerajinan keramik lain yang sejenis²². Dengan berbagai kemudahan yang diberikan kepada para pengerajin keramik diharapkan menjadi peluang bagi pengerajin keramik untuk dapat tetap melakukan kegiatan produksi dan dapat bersaing dengan kerajinan keramik lain terutama kerajinan keramik dari negara lain dan menjadi salah satu produk unggulan negara Indonesia.



²² *Questioner* dan wawancara, H.Syamsul Arifin (18-Oktober-2018).

BAB V

PEMBAHASAN

A. Perubahan Elastisitas Harga Permintaan dalam Perspektif Islam

Menurut Abdurrohman, Ajaran Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi jenis barang yang halal dan *tayyib*¹. Dari pemaparan Abdurrohman mengenai jenis barang yang harus dikonsumsi. Bapak Syamsul Arifin kemudian memberikan tanggapannya mengenai kerajinan keramik yang diproduksinya selama kurun waktu 24 tahun produksi sebagai berikut:

“Kerajinan keramik merupakan kerajinan yang terbuat dari tanah liat yang telah dicampur dengan berbagai bahan lain seperti pasir, kaolin, felspar, kwarsa, dan ball clay. Dari komposisi bahan tersebut yang telah diukur sesuai dengan takaran kemudian dibuatlah campuran dari bahan tersebut yang kemudian disaring dan diendapkan. Setelah melalui tahap pengendapan bahan tersebut kemudian dibentuk sesuai dengan keinginan²”.

Bapak Syamsul Arifin kemudian melanjutkan mengenai bahan dan proses pembuatan keramik di gerai Cenderamata Keramik sebagai berikut:

“Kerajinan keramik yang telah dibentuk atau dicetak tersebut kemudian di beri motif dan warna sesuai keinginan. Proses pewarnaan kerajinan keramik adalah melalui tahap mencelupkan

¹ Abdurrohman, *Op. Cit.*, Halaman 21-22

² Wawancara. Syamsul Arifin. 04 April 2019

kerajinan keramik yang dibentuk di larutan glasir dan mase. Setelah pemberian warna dan motif, keramik tersebut kemudian dijemur dibawah sinar matahari selama satu hingga dua hari. Kerajinan keramik yang telah dijemur tersebut kemudian dibakar di tungku dengan temperatur 1220° C selama 10 jam³”.

Telah dijelaskan mengenai bahan dan komposisi dari keramik serta berbagai tahapan dan proses pembuatan keramik oleh bapak Syamsul Arifin. Dari penjelasan tersebut, kerajinan keramik dibuat dari bahan yang halal dan *tayyib* serta tidak terdapat unsur yang haram dan membahayakan dalam proses pembuatannya, Sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa keramik merupakan barang yang tergolong halal dan *tayyib*.

Walaupun kerajinan keramik merupakan barang yang tergolong halal dan *tayyib*, namun keramik bukan merupakan barang pokok. Sehingga dalam konsumsinya haruslah dibatasi dan tidak berlebihan. Dalam melakukan kegiatan konsumsinya, Allah telah melarang umatnya untuk mengkonsumsi barang atau lainnya secara berlebihan atau melampaui batas. Selain tidak berlebihan dan melampaui bata, islam juga menganjurkan umatnya untuk memperhatikan barang yang di konsumsi baik dari aspek material maupun spiritualnya.

Mengenai batasan dalam melakukan konsumsi bagi umatnya telah Allah jelaskan dalam firmanNya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan*

³ Wawancara. Syamsul Arifin. 04 April 2019

bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.” (QS. Al-Maidah: ayat 87 – 88)⁴.

Menurut Abdurrohman Permintaan dalam Islam tentunya telah berdasarkan syariat yang mengajarkan untuk tidak serakah dan mengeksploitasi secara berlebihan, karena akan berdampak buruk kepada kita, dan Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. Pilihan seorang Muslim dalam hal permintaan terbentuk atas kebutuhan akan mashlahah, dalam bentuk mashlahah yang diterima di dunia ataupun di akhirat⁵.

Sehubungan dengan teori tersebut, serta pemaparan dari bapak Syamsul Arifin mengenai bahan dan proses pembuatan keramik, maka dapat disampaikan bahwa dalam proses memperoleh bahan keramik tidak lah melalui eksploitasi alam atau merusak ekosistem alam yang ada. Pengambilan bahan berdasarkan kebutuhan dari para pengerajin serta tidak mengabaikan kemashlahatan bersama menjadi alasan yang tepat untuk tidak serakah dan mengeksploitasi secara berlebihan.

Selanjutnya Suprayitno juga memeparkan bahwa dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang

⁴ Al-Qur'an. Qs. Al-Maidah Ayat 87-88

⁵ Abdurrohman. Op. Cit., Halaman 21-22

dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi⁶. Sehubungan dengan teori tersebut bapak Eddy Sujarwo memberi tanggapan yaitu:

“Sebagai seorang produsen dan pedagang hendaklah memiliki kepribadian, perilaku dan sikap yang baik antar sesama manusia, dalam hal ini adalah konsumen, produsen lain dan warga sekitar. Dengan memiliki sikap yang baik tersebut akan memberikan nilai tambah terhadap produksi dan penjualan. Produsen atau pedagang yang memiliki sikap, kepribadian yang baik akan memberikan rasa nyaman dan senang untuk para konsumen yang datang. Sikap, kepribadian yang baik dalam hal ini adalah berlaku jujur, ramah, dan sopan⁷.”

Salanjutnya Bapak Eddy Sujarwo juga menekankan mengenai sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi sebagai berikut:

“Sikap, perilaku yang baik juga tidak hanya di tunjukan kepada para konsumen saja, melainkan terhadap para tenaga kerja dalam hal ini adalah para pengerajin keramik. Dengan berlaku adil, jujur, dan ramah terhadap sesama pengerajin akan menciptakan lapangan kerja yang nyaman dan produktif⁸”.

Menurut Soeharno, Elastisitas permintaan merupakan perubahan harga atau determinan permintaan lain misalnya pendapatan atau harga barang

⁶ Suprayitno, 2008, *Op. Cit.*, Halaman 133

⁷ Wawancara, Eddy Sujarwo, 18 Oktober 2018.

⁸ Wawancara, Eddy Sujarwo, 18 Oktober 2018.

lain, dapat ditanggapi dengan luwes (responsif) atau kurang luwes/ kurang responsif. Sejauh mana respons mereka terhadap perubahan harga barang, harga barang lain atau pendapatan konsumen⁹.

Sesuai dengan teori yang telah dipaparkan oleh Soeharno, Bapak Arifin pemilik gerai cenderamata keramik menjelaskan mengenai fenomena perubahan pada harga bahan baku keramik sebagai berikut:

“Perubahan harga pada beberapa kerajinan keramik di gerai Cenderamata Keramik ini terjadi karena adanya perubahan pada harga bahan bakar minyak (BBM) yang kemudian berdampak pada perubahan harga bahan baku keramik. Selain dikerenakan oleh perubahan bahan bakar minyak, perubahan pada harga kerajinan keramik juga disebabkan oleh adanya perubahan pada gas LPG. Dimana gas LPG sangat berperan pada proses pembakaran keramik”¹⁰.

Sama halnya dengan Soeharno dan hasil penelitian yang telah dilakukan, Tatiana juga menjelaskan bahwa Kenaikan harga energi atau makanan dapat menyebabkan perubahan perilaku pembelian yang tidak selalu diprediksi oleh perkiraan elastisitas yang dihitung dengan data yang dikumpulkan di bawah kondisi pasar normal. Penting untuk memahami efek dari keadaan ekonomi seperti itu pada kualitas, terutama pada kelompok-kelompok rendah¹¹.

⁹ Soeharno, *Op. Cit.*, Halaman 15

¹⁰ Wawancara, Syamsul Arifin (18 Oktober 2018)

¹¹ *Op. Cit.*, Andreyev.

Berbeda dengan beberapa pernyataan sebelumnya, Nghiem memaparkan Permintaan sebagian besar barang adalah harga yang tidak elastis, dengan kelambu barang yang paling tidak elastis. Dalam kasus bensin, PE jangka pendek relatif rendah dari pada PE jangka panjang, mungkin karena orang membutuhkan waktu untuk beradaptasi untuk perubahan harga bensin dan menemukan modal transportasi alternatif¹²

Sejalan dengan hasil penelitian Nghiem, Bapak Eddy Sujarwo menjelaskan bahwa:

“Perubahan pada beberapa harga bahan baku keramik seperti masse dan glasir tidak berdampak pada harga kerajinan keramik. Hal ini dikarenakan banyaknya pelanggan yang masih memesan dan membeli kerajinan keramik di CJDW Art Galery sebagai pelanggan tetap.”

P3EI menjelaskan bahwa dalam teori ekonomi islam, nilai elastisitas 1 menunjukkan bahwa barang yang dikonsumsi oleh konsumen tersebut adalah barang normal. Barang normal ini bersifat moderat, yang artinya tidak bersifat *luxurious* dan juga tidak bersifat *inferior* yang mana bertentangan dengan nilai kesederhanaan yang diajarkan oleh agama islam. Selain tidak bersifat *luxurious* dan juga tidak bersifat *inferior*, konsumsi barang normal juga meliputi nilai dan volume pada barang yang dikonsumsi. Nilai barang ini adalah nilai-nilai yang telah ditetapkan dalam agama islam yaitu kandungan berkah pada barang tersebut. Nilai elastisitas

¹² *Op. Cit.*, Nghiem. Page Of 1954-1961.

berkah yang bersifat positif menunjukkan peningkatan berkah akan dapat meningkatkan banyaknya barang yang dijual¹³.

Dari pemaparan teori, data serta hasil penelitian menunjukkan nilai positif dari elastisitas harga permintaan Cenderamata Keramik dan CJDW *Art Galery*. Nilai elastisitas positif tersebut mengindikasikan bahwa keramik merupakan barang yang bersifat normal bagi umat islam yaitu tidak *luxurious* dan juga tidak bersifat *inferior*. Selain menunjukkan bahwa barang tersebut normal, nilai elastisitas positif juga mengindikasikan adanya peningkatan berkah pada elastisitas harga permintaan Cenderamata Keramik dan CJDW *Art Galery* akan meningkatkan jumlah kerajinan keramik Cenderamata Keramik dan CJDW *Art Galery* yang terjual.

Seperti yang telah paparkan pada hasil penelitian, bahwa hasil elatisita herga permintaan Cenderamata Keramik secara umum sebesar 1. Sedangkan hasil elastisitas permintaan CJDW *Art Galery* secara keseluruhan bernilai 0. Sehingga elastisitas harga permintaan Cenderamata Keramik dan CJDW *Art Galery* adalah barang normal.

B. Perubahan Elastisitas Harga Penawaran dalam Perspektif Islam

Ibnu Khaldun menyatakan bahwa pengadaan barang kebutuhan pokok haruslah memperoleh prioritas dalam pengadaannya apabila terdapat peningkatan populasi di suatu kota yang berkembang. Hal tersebut

¹³ Op. Cit., P3EI, halaman 214-218

berdampak pada peningkatan barang yang ditawarkan yang artinya harga barang tersebut akan mengalami penurunan¹⁴.

Dikarenakan kerajinan keramik bukanlah salah satu kebutuhan pokok, maka dalam praktiknya ketika terjadi peningkatan pada jumlah produksi keramik tidak berdampak pada penurunan harga keramik seperti yang di paparkan oleh Ibnu Khaldun. Dalam wawancaranya Bapak Syamsul Arifin menjelaskan:

“Adanya peningkatan produksi keramik tidak serta merta diikuti dengan adanya penurunan harga kerajinan keramik. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan produksi keramik diikuti juga adanya peningkatan pada harga beberapa bahan baku keramik. Walaupun permintaan dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan, namun kenyataannya naiknya beberapa harga bahan baku menjadi hambatan tersendiri dalam penetapan harga jual.”¹⁵

Serupa dengan pemaparan Bapak Syamsul Arifin mengenai perubahan harga barang, bapak Eddy Sujarwo juga telah memaparkan tanggapannya sebagai berikut:

“walaupun tidak terdapat kenaikan pada harga kerajinan keramik CJDW Art Galery, namun adanya perubahan pada beberapa harga bahan baku keramik seperti glasir dan mase berdampak pada jumlah permintaan yang cenderung tidak mengalami peningkatan selama

¹⁴ *Op. Cit.*, Fauzia, Halaman 223

¹⁵ Wawancara, syamsul Arifin (12 Maret 2019)

kurun waktu lima tahun terakhir sehingga jumlah produksi keramik CJDW Art Galery juga cenderung tetap¹⁶.”

Ibnu Khaldun juga telah menegaskan bahwa adanya peningkatan penawaran atau penurunan pada permintaan akan berdampak pada peningkatan harga, dan juga sebaliknya. Ibnu Khaldun berkeyakinan bahwa penurunan pada harga akan merugikan para pengerajin atau pedagang¹⁷.

Sesuai dengan teori Ibnu Khaldun tersebut, Bapak H. Syamsul Arifin memberikan tanggapannya sebagai berikut:

“Peningkatan pada jumlah produksi keramik Cenderamata selama beberapa tahun belakangan ini juga kemudian diikuti oleh adanya peningkatan pada beberapa harga kerajinan keramik. Adanya perubahan harga pada permintaan dan penawaran kerajinan keramik Dinoyo selama lima tahun terakhir ini dilandasi oleh perubahan harga bahan bakar minyak, yang kemudian berdampak pada perubahan harga bahan baku. Walaupun terdapat peningkatan pada beberapa harga bahan baku keramik, tidak semua pengerajin keramik kemudian menaikkan harga pada kerajinan keramik mereka”¹⁸.

Menanggapi permasalahan yang serupa, Bapak Eddy Sujarwo juga telah memaparkan bahwa:

“Naiknya harga beberapa bahan baku tidak serta berdampak pada peningkatan harga kerajinan keramik. Tidak menaikkan harga kerajinan keramik ini di sebabkan masih banyaknya permintaan dari

¹⁶ Wawancara, Eddy Sujarwo (12 Maret 2019)

¹⁷ *Op. Cit.*, Nasution, Halaman 98

¹⁸ Wawancara, syamsul Arifin (18 oktober 2018)

para konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap, sehingga peningkatan pada harga bahan baku tidak berdampak pada harga kerajinan keramik kami”¹⁹.

Penjelasan dari Bapak Eddy Sujarwo diatas serupa dengan yang di paparkan Agustian dalam penelitiannya. Dimana adanya pasokan output jagung baik di provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat elastis terhadap perubahan harganya, namun tidak elastis terhadap perubahan harga: bibit, urea, TSP dan tenaga kerja. Permintaan input benih, urea, TSP dan area kerja tidak elastis terhadap perubahan harga mereka²⁰. Hal ini berarti peningkatan pada harga barang belum tentu berdampak pada harga barang lain.

Harga merupakan akibat dari hukum permintaan dan penawaran, menurut Ibnu Khaldun. Dengan pengecualian dari hukum tersebut yaitu standar moneter selama ini berupa harga perak dan emas. Dimana seluruh barang yang lain akan terkena peningkatan harga yang bergantung pada pasar. Harga suatu barang akan tetap tinggi, apabila barang tersebut bersifat langka dan banyak diminta. Namun jika suatu persediaan barang tersebut berlimpah maka harganya akan rendah²¹.

Keramik merupakan salah satu kerajinan atau barang yang bersifat langka. Sehingga harga kerajinan keramik tetap tinggi atau mengalami peningkatan walaupun terjadi banyak permintaan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Ibnu Khaldun diatas mengenai hukum

¹⁹ Wawancara, Eddy Sujarwo (18 Oktober 2018)

²⁰ Agustian *Op. Cit.*, Halaman 247.

²¹ Muhammad, *Op. Cit.*, Halaman 361.

permintaan dan penawaran dimana harga barang yang tetap tinggi karena barang tersebut yang bersifat langka dan banyak diminta oleh pasar.

Penawaran akan elastis bila $E > 1$, berarti penawaran bersifat elastis bila perubahan kecil pada harga akan diikuti oleh perubahan pada penawaran yang besar. Penawaran yang bersifat elastis biasanya hanya terjadi dalam kondisi jangka panjang (*long run*), karena umumnya penawaran dalam jangka panjang akan semakin landai²². Elastisitas harga penawaran Cenderamata Keramik bersifat elastis. Hal ini dikarenakan besarnya perubahan pada harga barang juga diimbangi dengan besarnya permintaan barang. Nilai elastisitas harga penawaran Cenderamata Keramik sebesar 1.

A. Syamsul Arifin telah menjelaskan perubahan penawaran Cenderamata Keramik dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Perubahan jumlah produksi cenderamata keramik terjadi ditahun 2015-2018, dengan rata-rata peningkatan produksi keramik sebesar 10%. Jumlah produksi kami berkisar antara 3.000 buah keramik tiap bulannya. Peningkatan produksi cenderamata keramik terjadi pada hari libur dan hari-hari besar²³”.

Berdasarkan penelitian Risty, diperoleh hasil yang sama dengan pemaparan bapak Syamsul Arifin diatas. Dimana faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik secara signifikan adalah harga, pendapatan dan jumlah tanggungan. Berdasarkan nilai elastisitas, nilai

²² Putong. *Op. Cit.*, Halaman 135-136

²³ Wawancara, H. Syamsul Arifin (12 Maret 2019)

elastisitas harga bersifat elastis. Beras organik merupakan barang normal, artinya permintaan beras organik akan naik ketika pendapatan naik pula²⁴.

Dari berbagai pemeparan diata dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran keramik dan beras organik adalah faktor yang sama yaitu harga. Sama halnya dengan beras organik yang tergolong barang normal, kerajinan cenderamata keramik juga tergolong barang yang normal. Hal ini dikarenakan permintaan dan penawaran kerajinan cenderamata keramik akan meningkat apabila pendapatan juga naik.

Elastisitas harga penawaran dikatakan inelatis bila $ES < 1$, yaitu persentase perubahan harga lebih besar dari pada perubahan jumlah yang ditawarkan. Penawaran yang bersifat inelastis biasanya adalah penawaran yang sering terjadi, karena kenaikan harga tidak akan serta diikuti oleh banyaknya jumlah produksi yang dilakukan perusahaan²⁵. Elastisitas harga penawaran CJDW Art Galery adalah tidak elastis. Nilai elastisitas harga penawaran CJDW Art Galery adalah 0 yang artinya elstisitas harga barang tersebut tidak elastis.

Bapak Eddy Sujarwo juga telah memaparkan mengenai penawaran dan produkstifitas CJDW Art Galery sebagai berikut:

“Produksi gerai CJDW Art Galery sebesar 200 buah per hari.

Dengan rincian jumlah produksi cangkir kecil berkisar antara 1.000-

2.000 buah per bulan, souvenir kecil 1.000-2.000 buah per bulan,

²⁴ Risty. Cut, Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kota Medan, *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*, volume 2, Nomor 2, Februari 2013.

²⁵ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 136

*souvenir besar 750 buah dalam satu bulan, dan cangkir besar sebanyak 500 buah per bulan. Perubahan jumlah produksi dan penjualan di CJDW Art Galery tergantung dengan jumlah pesanan dari langganan*²⁶.

Mengenai teori elastisitas Al-Ghazali telah memaparkan teorinya sebagai berikut: *“Karena makanan adalah kebutuhan pokok, perdagangan makanan harus seminimal mungkin didorong oleh motif mencari keuntungan untuk menghindari eksploitasi mengenai pengenaan harga yang tinggi dan keuntungan yang besar. Keuntungan semacam ini seyogyanya dicari dari barang-barang yang bukan keuntungan pokok*²⁷.

Berkenaan dengan teori Elastisitas dari Al-Ghazali maka dapat dijelaskan bahwa jenis barang mempengaruhi perubahan harga atau elastisitas harga barang. Menurut Al-Ghazali pada komoditi makanan atau kebutuhan pokok hendaklah untuk tidak mengeksploitasi harga komoditi atau mencari keuntungan yang tinggi pada komoditas tersebut. Menetapkan atau mencari keuntungan pada harga komoditas dapat dilakukan jika barang atau komoditi tersebut bukanlah tergolong barang kebutuhan pokok.

Dalam jenisnya keramik bukanlah tergolong barang kebutuhan pokok. Sehingga mencari keuntungan atau profit dapat dilakukan oleh produsen keramik. Hal tersebut telah diterapkan oleh beberapa produsen keramik, tak terkecuali oleh Bapak Syamsul Arifin sebagai berikut:

²⁶ Wawancara, Eddy Sujarwo (12 Maret 2019)

²⁷ A. Karim, 2007, *Op. Cit.*, Halaman 23

“Naiknya harga kerajinan keramik di Cenderamata Keramik ini bukannya tanpa alasan. Hal ini dikeranakan naiknya harga bahan bakar minyak, dan gas LPG yang membuat kami menaikkan harga jual keramik. Untuk menutup biaya produksi yang semakin tinggi dan untuk tidak merugi ketika harga bahan naik²⁸.”

Teori Elastisitas lain yang disampaikan oleh AL-Ghazali yaitu sebagai berikut: *“Mengurangi margin keuntungan dengan menjual dengan harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan”*.

Teori Al-Ghazali tersebut serupa dengan penyampaian bapak Eddy Sujawo dalam menetapkan harga kerajinan keramik CJDW Art Galery yaitu:

“Dengan tidak menaikkan harga jual kerajinan keramik maka penjualan kerajinan keramik akan meningkat. Hal tersebut dikarenakan konsumen akan tetap melakukan permintaanya jika harga kerajinan tidak mengalami peningkatan. Konsumen juga akan memilih barang yang sama dengan harga murah dari pada barang yang sama dengan harga yang lebih tinggi²⁹.”

Elastisitas permintaan konsumen islam dimaknai sebagai ukuran elastisitas konsumen yang memperhatikan kemashlahahan. Nilai elastisitas tersebut menunjukkan standar elastisitas yang dianjurkan dalam islam. Walaupun tidak terdapat ajaran spesifik yang menyinggung

²⁸ Wawancara, Syamul Arifin (18 Oktober 2018)

²⁹ Wawancara, Eddy ujarwo (18 oktober 2018)

besaran elastisitas, namun nilai elastisitas mengimplikasikan berlakunya ajaran islam³⁰.

Elastisitas konsumen islam ialah dengan memperhatikan barang dan kuantitas barang yang dikonsumsi sesuai dengan syariat islam. Dengan memperhatikan kemashlahahan bersama, maka akan dicapai lah kesejahteraan di dunia dan akhirat. Bagi para produsen keramik mashlahah dapat tercapai apabila produsen melakukan kegiatan produksi dan menjual kerajinan keramik nya berdasarkan syariat islam.

C. Faktor Penyebab Perubahan Elastisitas Harga Permintaan dan Penawaran Keramik dalam Perspektif Islam

Menurut putong terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan nilai elastisitas atau yang mempengaruhi elastisitas permintaan yaitu: adanya barang substitusi, persentase pendapatan yang dikeluarkan atau jenis barang, perkiraan atau kebijaksanaan konsumen, tersedianya fasilitas pengkreditan, pajak, kebijakan impor, dan strategi penerapan harga atas barang³¹.

H. Syamsul Arifin menjelaskan mengenai faktor penyebab perubahan pada harga permintaan dan penawaran keramik cenderamata sebagai berikut:

“Maraknya impor kerajinan keramik dari negara lain menyebabkan perubahan pada harga permintaan keramik dinoyo. Banyaknya

³⁰ (P3EI), 2014, *Op. Cit.*, Halaman 214

³¹ Putong, *Op. Cit.*, 53.

berbagai produk kerajinan keramik sejenis dan kerajinan keramik impor yang mempunyai kualitas yang baik serta mempunyai harga yang relatif lebih murah, menjadi salah satu penyebab perubahan pada harga permintaan dan penawaran keramik Dinoyo”³².

Menurut Putong Faktor penting dalam menentukan elatisitas penawaran yaitu: sifat perubahan biaya produksi dan jangka waktu penawaran dianalisis³³. Sesuai dengan pemeparan teori tersebut, Bapak Eddy Sujarwo menjelaskan mengenai perubahan pada biaya produksi keramik CJDW Art Galery sebagai berikut:

“Perubahan biaya produksi atau harga penawaran keramik disebabkan oleh sulitnya memperoleh bahan baku material glasir (lapisan luar keramik) dan pewarna oksida (colour edoxide) untuk memproduksi keramik kini dirasakan oleh beberapa pengerajin keramik. Selain sulitnya memperoleh beberapa bahan baku, Naiknya beberapa harga bahan baku pembuatan keramik seperti glasir dan masse juga menjadi salah satu faktor perubahan harga permintaan dan penawaran keramik. Harga glasir naik sebesar 7.500 rupiah dan harga masse naik sebesar 1000 sampai dengan 1250 rupiah”³⁴.

Sama halnya dengan beberapa pernyataan sebelumnya, H. Syamsul Arifin juga menjelaskan mengenai perubahan pada biaya produksi keramik sebagai berikut:

³² Wawancara, H. Syamsul Arifin (18 oktober 2018)

³³ Putong, *Op. Cit.*, 53.

³⁴ Wawancara, Eddy Sujarwo (12 Maret 2019)

“Kenaikan gas LPG menjadi hambatan yang sering dirasakan oleh berbagai pelaku usaha tidak terkecuali pada usaha keramik. Pada usaha keramik, kenaikan gas LPG menjadi ancaman terbesar untuk melakukan kegiatan produksi. Hal ini dikarenakan pada proses pembuatan keramik terdapat proses pembakaran untuk memadatkan kerajinan keramik yang dibuat. Proses pembakaran keramik ini melibatkan gas LPG sebagai salah satu bahan utama pembakaran keramik”³⁵.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Gulseven juga memperoleh hasil yang serupa mengenai perubahan harga barang, dimana Elastisitas harga sendiri menunjukkan bagaimana konsumen akan merespons perubahan harga produk. Elastisitas harga silang menunjukkan bagaimana perubahan harga satu barang akan mempengaruhi permintaan barang lain di pasar. Oleh karena itu, memperkirakan elastisitas tersebut adalah salah satu langkah utama dalam keputusan penetapan harga strategis³⁶.

Menurut Ibnu Khaldun beberapa faktor yang mempengaruhi suatu penawaran adalah tingginya permintaan, tingkat profit yang relatif (harga), taraf usaha manusia dalam berproduksi, banyaknya tenaga kerja buruh termasuk keterampilan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, ketenangan dan keamanan, serta kemauan teknik dan perkembangan masyarakat secara menyeluruh³⁷.

³⁵ Wawancara, Syamsul Arifin (18 Oktober 2018)

³⁶ *Op. Cit.*, Gulseven., Page Of 2077–2096

³⁷ Nasution, *Op. Cit.*, Halaman 98

Sesuai dengan teori Ibnu Khaldun mengenai tenaga kerja, keterampilan dan ilmu pengetahuan sebagai faktor yang mempengaruhi penawaran dan permintaan, Bapak Eddy Sujarwo juga memaparkan:

“Perubahan pada jangka waktu penawaran keramik dinoyo dilatar belakangi oleh kurangnya sumber daya manusia yang terampil dan memadai pada proses produksi keramik, akan memperlambat produsen dalam pemenuhan kuota permintaan konsumen. Selain hal tersebut, dengan pengerajin yang kurang memiliki keterampilan akan sulit bagi produsen untuk dapat memenuhi permintaan pasar yang selalu mengalami perkembangan pada desain dan selera. Kurang terpenuhinya permintaan pasar tersebut akan berdampak pada perubahan harga permintaan dan penawaran keramik Dinoyo”³⁸.

Menurut Abu Yusuf peningkatan dan penurunan produksi terdapat 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. Abu Yusuf kemudian membantah pemahaman yang seperti ini, karena pada kenyataannya tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan barang sedikit, harga akan mahal, dan bila persediaan barang melimpah, harga akan murah.³⁹

³⁸ Wawancara, Eddy Sujarwo (12 Maret 2019)

³⁹ A. Karim, 2007, *Op. Cit.*, Halaman 18-20

Sesuai dengan teori harga Abu Yusuf tersebut Bapak Syamsul Arifin Menjelaskan mengenai permasalahan harga kerajinan keramik Cenderamata Keramik sebagai berikut:

“Walaupun produksi Cenderamata Keramik terus mengalami peningkatan, hal tersebut tidak berpengaruh pada penurunan harga kerajinan keramik Cenderamata. Harga kerajinan keramik Cenderamata malah mengalami peningkatan selama beberapa tahun ini. Peningkatan harga dikarenakan adanya kenaikan pada harga bahan⁴⁰.”

Hal tersebut membuktikan bahwa tidak semua peningkatan produktifitas atau jumlah barang diringi dengan adanya penurunan harga. Dalam kasus Cenderamata keramik, peningkatan produktifitas terjadi dikarenakan banyaknya permintaan dari para konsumen. Sedangkan dalam penetapan harganya yang cenderung mengalami peningkatan ini dikarenakan tingginya biaya produksi yang disebabkan oleh adanya peningkatan pada harga bahan baku keramik.

Menurut Putong, dalam agama islam harga yang terjadi dipasar diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar yang akan mencapai kepada keseimbangan baik secara umum maupun parsial. Intervensi harga tidak dibenarkan dalam ekonomi syariah, karena didalamnya ada aniaya antara produsen dan konsumen. Aniaya itu dalam bentuk transfer hak

⁴⁰ Wawancara, H. Syamsul Arifin (23 Desember 2018)

suplus. Pada kebijakan harga terendah (*floor price*) terjadi transfer hak surplus yang harus dinikmati oleh konsumen menjadi hak produsen⁴¹.

Dalam praktiknya penetapan harga yang diserahkan pada pasar saat ini akan menimbulkan eksploitasi, monopoli, penimbunan dan sebagainya. Untuk mencegah hal tersebut Bapak Syamsul Arifin menegaskan bahwa:

“Penetapan harga kerajinan keramik Cenderamata ini diharapkan dapat mempermudah konsumen dalam membeli dan menjadi perbandingan bagi produsen lain dalam persaingan harga. Selain itu harga yang telah ada disesuaikan dengan biaya produksi dan profit yang diperoleh⁴².”

Serupa dengan pemeparan Bapak Syamsul Arifin, Bapak Eddy Sujarwo juga menjelaskan sebagai berikut:

“Sebagai pedagang sifat jujur adalah salah satu sikap yang harus dimiliki oleh pedagang. Jujur disini dalam arti tidak berbohong pada pelanggan maupun produsen lain baik dalam bentuk barang yang dijual, harga barang, kualitas barang dan sebagainya⁴³.”

Walaupun dalam islam adanya intervensi harga dilarang dan diserahkan langsung ke pasar, namun dalam praktiknya banyak kecurangan yang terjadi dan dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk mengeksploitasi, memonopoli dan menimbun barang demi memperoleh keuntungan yang tinggi. Karena kerajinan keramik tergolong barang yang tahan lama dan barang mewah, maka penetapan harga yang dilakukan oleh

⁴¹ Putong. *Op. Cit.*, Halaman 103

⁴² Wawancara, H. Syamsul Arifin (12 Maret 2018)

⁴³ Wawancara, Eddy Sujarwo (14 Maret 2018)

para produsen keramik ini bertujuan untuk mencegah timbulnya kecurangan yang dilakukan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab.

Penetapan harga yang dilakukan oleh para produsen keramik ini telah disesuaikan dengan harga bahan, biaya produksi dan biaya lain-lain yang bersangkutan. Sehingga dalam penerapannya harga yang ada tidaklah terlalu tinggi bagi para konsumen yang menginginkan kerajinan keramik tersebut serta tidak terlalu rendah bagi para produsen untuk tetap memperoleh profit dan menutupi biaya produksi yang ada. Dengan alasan tersebut maka kemashlahatan bersama akan dapat tercapai sesuai dengan syariat islam.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Elastisitas Harga Permintaan dan Elastisitas Harga Penawaran Output di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery Kampung Keramik Dinoyo, dimana output pada penelitian ini adalah kerajinan keramik. Penelitian ini menemukan bahwa:

1. Terdapat perubahan pada elastisitas harga permintaan Cenderamata Keramik, dikarenakan adanya peningkatan pada harga bahan baku minyak serta harga bahan baku keramik. Elastisitas harga permintaan Cenderamata Keramik bernilai 1 yang artinya elastisitas harga permintaannya bersifat elastis. Sedangkan pada elastisitas harga permintaan CJDW Art Galery bernilai 0 yang berarti bahwa elastisitas harga permintaannya bersifat tidak elastis.
2. Perubahan pada elastisitas harga penawaran Cenderamata Keramik bersifat elastis karena nilai elastisitas harga penawarannya adalah 1. Sedangkan pada elastisitas harga penawaran CJDW Art Galery juga bernilai 0 atau tidak elastis. Hal ini dikarenakan tidak adanya perubahan pada harga

penawaran keramik CJDW Art Galery walaupun terdapat peningkatan pada harga bahan baku masse dan glasir.

3. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan pada harga permintaan dan penawaran keramik CJDW Art Galery dan Cenderamata Keramik diantaranya yaitu: peningkatan pada harga bahan baku keramik seperti masse, glasir dan gas LPG, munculnya kerajinan serupa dari berbagai kota dan negara yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang murah, kurangnya pengerajin keramik yang memiliki skill dan keterampilan yang memadai.

B. Saran

Dari hasil wawancara dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran pada CJDW Art Galery dan Cenderamata Keramik untuk perkembangan kedepannya. Sebagai peneliti, peneliti juga berterimakasih kepada para pengerajin keramik Dinoyo Malang khususnya para pengerajin CJDW Art Galery dan Cenderamata Keramik yang mengajarkan serta member wawasan baru bagi peneliti, sehingga peneliti dapat memberikan beberapa saran:

1. Paguyuban keramik Dinoyo Malang

Sebagai wadah bagi para pengerajin keramik, paguyuban keramik donoyo hendaknya berperan aktif dalam mengembangkan, memberi wawasan serta pelatihan bagi para

pengerajin keramik maupun tenaga kerja baru agar kelangsungan para pengerajin keramik dapat bertahan lama dan adapat bersaing dengan para pengerajin lainnya.

2. Para pengerajin keramik Dinoyo Malang

Berbagai inovasi, keterampilan serta daya saing haruslah selalu di kembangkan sehingga para pengerajin keramik Dinoyo dapat mengikuti berbagai perubahan permintaan dari pasar dan dapat bersaing dengan pengerajin lainnya. Penyediaan sarana dan waktu bagi umat muslim untuk beribadah hendaknya juga diperhatikan, agar antara kepentingan dunia dan akhirat dapat tercapai dan sejalan.

3. Para pengerajin keramik CJDW Art Galery dan Cenderamata Keramik

Berbagai inovasi, keterampilan serta daya saing haruslah selalu di kembangkan sehingga para pengerajin keramik Dinoyo dapat mengikuti berbagai perubahan permintaan dari pasar dan dapat bersaing dengan pengerajin lainnya. Penyediaan sarana dan waktu bagi umat muslim untuk beribadah hendaknya juga diperhatikan, agar antara kepentingan dunia dan akhirat dapat tercapai dan sejalan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Adji.Wahyu, Suwerli, Suratno, 2007, *Ekonomi: Jilid 1*, Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama.

Agustian. Adang dan Sri Hartoyo, Pendugaan Elastisitas Penawaran Output Dan Permintaan Input Usahatani Jagung, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2012, Halaman 247-259.

A. Karim. Adiwarmarman, 2002, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT.

-----, 2007, *Ekonomi Mikro Islam: Edisi Ketiga*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Alfonsius. Silalahi, 2012, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Refika Aditama.

Ali. Mohammad Daud, 2013, *Hukum Islam: Pengantar Hukum islam dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Amaliawati. Lia, dan Asfia Murni, 2015, *Ekonomika Murni*, Bandung: Rafika Aditama.

Andreyev. Tatiana, Dkk., The Impact of Food Prices on Consumption: A Systematic Review of Research on the Price Elasticity of Demand for Food, *American Journal of Public Health*, Volume 100, Nomor 2, Year Of 2010, Page Of 216-222.

Aravik. Havis, 2017, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Depok: Kencana.

Ashofa. Burhan, 1998, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.

Blignaut. James, Dkk., Sectoral electricity elasticities in South Africa: Before and after the supply crisis of 2008, *South African Journal of Science*, Volume 111 , Number 9/10, Year Of 2014, Page Of 1-7.

Chakrangi Lenagala dan Rati Ram, Growth elasticity of poverty: estimates from new data, *International Journal of Social Economics*, Volume 37, Nomor 12, Year of 2010, Page 923-932.

- Chamid. Nur, 2010, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamil. Faturrahman, 1997, *Filsafat Hukum Islam*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- E. Genchev and J. Yarkova, Analysis Of Price Elasti City Of Food Products (For The Period 1999-2009), *Trakia Journal of Sciences*, Volume 8, Suppl. 3, Year of 2010 Page 191-194.
- Febriadi. Sandy Rizki, Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah, *Amwaluna*, Volume 1 Nomor 2, Juli 2017, Halaman 231-245.
- Feng Hung. Ming & Bin-Tzong Chie, Residential Water Use: Efficiency, Affordability, and Price Elasticity, *Water Resour Manage*, Number 27, Year Of 2013, Page Of 275–291.
- Gatot Budiyanto. 2008, Wahyu, *Kriya Keramik: Untuk Sekolah Menengah Kejuruan*, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Gulseven. Osman and Michael Wohlgenant, A quality-based approach to estimating quantitative elasticities for differentiated products: an application to retail milk demand, *Qual Quant*, Number 49, Year Of 2015, Page Of 2077–2096.
- Gunawan. Karebet, 2010, *Ekonomi Mikro*, Cetakan 1, Kudus: Nora Media Enterprise.
- Hafid, Abdul, Konsep Penawaran Dalam Perspektif Islam, *Jebis*, Volume 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015, Halaman 203-216.
- Henry. Sarnowo, M.Si dan Drs. Danang S, 2011, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Cetakan 1, Yogyakarta.
- Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial: Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta:GP. Press.
- Jodang Setia Adi Anista R., *Peran Paguyuban Industri Keramik Dinoyo Kota Malang dalam Peningkatan Inovasi Produk (Tinjauan Ekonomi Islam)*, Tesis M.E, Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018, 87-90.

- Jude Okechukwu Chukwu, Estimating Inequality Semi-elasticity of Poverty Reduction in Nigeria, *Social Indicators Research*, Nomor 131, Year Of 2017, Page Of 1087–1101.
- Kasdi. Abdurrohman, Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak), *Bisnis*, Vol. 4, No. 2, Desember 2016, Halaman 21-22.
- Kota Malang Dalam Angka 2018, Badan Pusat Statistik Kota Malang.
- Kumar. Praduman. Dkk., Factor Demand Output Supply Elasticities and Supply Projectionsfor Major Crops of India, *Economics Research Review*, Volume 23, January-June 2010, Page 1-14.
- Latimaha. Rusli dan Zakaria Bahari, Elasticity of Demand for Cellular Phone Network Access in Malaysia, *Jurnal Ekonomi Malaysia*, Volume 2, Nomor 50, Year 2016, Page 125-132.
- Mudrajad. Kuncoro, 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Muflih. Muhammad, 2005, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFPE.
- Mutakin. Ali, Teori Maqashid AL-Syariah dan Hubungannya dengan Metode Istinbath Hukum, *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 19, Nomor 3, Agustus, 2017, Halaman 547-570.
- Nainggolan. Khairina, Yaqub Cikusi, dan Hayat, Peningkatan Pendapatan Daerah Berbasis Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, *sosial politik humaniora*, Volume 05, Nomor 02, Tahun Juni 2017, Halaman 374-385.
- Nghiem. Nhung, Dkk., Understanding Price Elasticities to Inform Public Health Research and Intervention Studies: Key Issues, *American Journal of Public Health*, Volume 103, Nomor 11, November 2013, Page Of 1954-1961.

- Nasution. Mustafa Edwin, 2006, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta:Kencana
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2014, *Ekonomi Islam*, Depok: Rajagrafindo Persada.
- Putong. Iskandar, 2003, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- , 2005, *Teori Ekonomi Mikro: Kajian Konvensional dan Wacana Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putri. Paulina, dan Inggrita Gusti, Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Kredit Konsumsi di Sumatera Utara, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, Nomor 2, Januari 2013, Halaman 91-104.
- Renstra Kelurahan Dinoyo 2013-2018.
- Rianto. Nur, Amalia.Euis, 2010, *Teori Mikro ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana.
- Risty. Cut, Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kota Medan, *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*, volume 2, Nomor 2, Februari 2013.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, 2013, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Salvatore. Domonick, 2007, *Teori dan Soal-Soal Mikroekonomi: Edisi Ke Empat*, Jakarta: Erlangga.
- Sangadji. Maryam, Analisis Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Sekunder di Provinsi Maluku, *Jurnal Ekonomi*, Volume VIII, Nomor 1, 2014, Halaman 1-11.
- Senthilnathan, S., The Impact of Elasticity on the Firm's Revenue, *International Journal of Science nd Research*, Volume 5, Nomor 9, Year Of 2016, Page Of 1728-1731.
- Soeharno, 2006, *Mikro Ekonomi*, Yogyakarta: Andi Offset.

- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- , 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sukirno. Sadono, 2013, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suprayitno. Eko, 2008, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press.
- Surjanti. Jun, Analisis Demand dan Elasticity Implementasinya Terhadap Kebijakan Harga, *Balance Economics, Bussiness, Management and Accounting Journal*, Th. VII Nomor 12 Januari 2010, Halaman 1-7.
- T. M. Tonmoy Islam, Estimating the Elasticity of Growth in the US Using the Generalized Means of Income, *Social Indicators Research*, Volume 129, Issue 1, Year Of 2016, Page 95-112.
- Tsai. Wen-Hsien, Price elasticity of demand and capacity expansion features in an enhanced ABC product-mix decision model, *International Journal of Production Research*, Volume 48, Nomor 21, 1 November 2010, Page 6387–6416.
- Ulya. Husna Ni'matul, Permintaan Penawaran Dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun, *Justitia Islamica*, Volume 12, Nomor 02, 2 Juli-Desember 2015, Halaman 147-168.
- Vukadinović. Predrag, The Analysis Of Indiference And The Price Elasticity Of Demand Between Different Categories Of Agricultural Products, *Economics of Agriculture*, Year of 2017, Volume 64, Nomor 2, Page 671-685.
- Yangtao Huang, A land of the 'fair go'? Intergenerational earnings elasticity in Australia, *Australian Journal of Social Issues*, Volume 51, Issue 3, year of 2016, page of 361-381.
- Yunia Fauzia. Eka, dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Ed. 1, Cet. Ke-1*, Jakarta: Kencana.
- <https://bungsujoyasouvenir.wordpress.com/2016/11/27/pos-blog-pertama/>, Diakses pada 1 April 2019.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya kampung keramik dinoyo?
2. Berapa banyak produsen keramik yang masih beroperasi?
3. Apa saja kerajinan keramik yang di produksi oleh produsen keramik dinoyo?
4. Berapa banyak kerajinan keramik yang di produksi pengerajin tiap tahunnya?
5. Berapa banyak kerajinan keramik yang terjual tiap tahunnya?
6. Produk keramik manakah yang menjadi unggulan?
7. Apakah terdapat perbedaan kerajinan keramik dinoyo dengan keramik lain?
8. Apakah terdapat hambatan bagi para produsen keramik untuk melakukan kegiatan produksinya?
9. Apakah terdapat kesulitan bagi pengerajin dalam memperoleh bahan baku keramik?
10. Apakah terdapat perubahan pada harga kerajinan keramik?
11. Apa saja faktor yang menyebabkan timbulnya perubahan pada harga keramik?
12. Bagaimanakah peran pemerintah bagi para pengerajin keramik dinoyo?

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Harga Permintaan Cenderamata Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	3000	3500	4000	4500	5000
Piring	4600	4900	5600	6300	7000
Souvenir Oleh-Oleh	3000	3500	4000	4500	5000
Set Cangkir	30000	35000	40000	45000	50000
Guci/ Kerajinan Besar	150000	175000	200000	225000	250000

Sumber: Syamsul Arifin, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 2

Harga Penawaran Cenderamata Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	3000	3500	4000	4500	5000
Piring	4600	4900	5600	6300	7000
Souvenir Oleh-Oleh	3000	3500	4000	4500	5000
Set Cangkir	30000	35000	40000	45000	50000
Guci/ Kerajinan Besar	150000	175000	200000	225000	250000

Sumber: Syamsul Arifin, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 3
Jumlah Permintaan Cenderamata Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	12000	12500	13200	14400	15600
Piring	18000	2000	2200	2400	2600
Souvenir Oleh-Oleh	12000	13200	14400	15600	16800
Set Cangkir	10000	10000	11000	12000	13000
Guci/ Kerajinan Besar	400	400	450	450	500
Jumlah	52400	38100	41250	44850	48500

Sumber: Syamsul Arifin, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 4
Jumlah Penawaran Cenderamata Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	12100	12100	13300	14500	15700
Piring	2050	2050	2250	2450	2650
Souvenir Oleh-Oleh	12500	13700	14900	16100	17300
Set Cangkir	10100	10100	11100	12100	13100
Guci/ Kerajinan Besar	405	405	455	455	505
Jumlah	37155	38355	42005	45605	49255

Sumber: Syamsul Arifin, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 5
Harga Permintaan CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	4000	4000	5000	5000	5000
Piring	6000	6000	6000	7000	7000
Souvenir Oleh-Oleh	4000	4000	4000	5000	5000
Set Cangkir	50000	50000	50000	60000	60000
Guci/ Kerajinan Besar	240000	240000	240000	250000	250000

Sumber: Eddy Sujarwo, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 6
Harga Penawaran CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	4000	4000	5000	5000	5000
Piring	6000	6000	6000	7000	7000
Souvenir Oleh-Oleh	4000	4000	4000	5000	5000
Set Cangkir	50000	50000	50000	60000	60000
Guci/ Kerajinan Besar	240000	240000	240000	250000	250000

Sumber: Eddy Sujarwo, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 7
Jumlah Permintaan CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	24000	26400	24000	24000	26400
Piring	12000	13200	12000	13200	12000
Souvenir Oleh-Oleh	13200	13200	13200	12000	12000
Set Cangkir	9000	9000	8100	8100	8100
Guci/ Kerajinan Besar	1500	1800	1700	1500	1500
Jumlah	59700	63600	59000	58800	60000

Sumber: Eddy Sujarwo, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).

Lampiran 8
Jumlah Penawaran CJDW Art Galery Keramik Dinoyo Tahun 2014-2018

Jenis Kerajinan	2014	2015	2016	2017	2018
Cangkir Kecil	24000	26400	24000	24000	26400
Piring	12000	13200	12000	13200	12000
Souvenir Oleh-Oleh	13200	13200	13200	12000	12000
Set Cangkir	9000	9000	8100	8100	8100
Guci/ Kerajinan Besar	1500	1800	1700	1500	1500
Jumlah	59700	63600	59000	58800	60000

Sumber: Eddy Sujarwo, Wawancara (Malang, 12 Maret 2019).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-145/Ps/HM.01/10/2018
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

16 Oktober 2018

Kepada
Yth. Ketua Paguyuban Kampung Keramik Dinoyo
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Jazilatun Nafilah
NIM : 16801007
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Misbahul Munir, M.El.
2. Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.
Judul Tesis : Elastisitas Permintaan Keramik Dinoyo Setelah Adanya Kenaikan LPG

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Direktur,

Mulyadi. L.



Perijinan 19-10
10/10

Ryansul P.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-166/Ps/HM.01/12/2018
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

21 Desember 2018

Kepada
Yth. Ketua Paguyuban Kampung Keramik Dinoyo
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Jazilatun Nafilah
NIM : 16801007
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Misbahul Munir, M.El.
2. Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.
Judul Tesis : Elastisitas Permintaan Input dan Elastisitas Penawaran Output Menurut Perspektif Islam (Studi di Kampung Keramik Dinoyo)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Keterangan Proses Produksi

1. **Desain**
Proses pembuatan design model yang selanjutnya digunakan sebagai master (induk) untuk proses pembuatan cetakan. Bahan yang digunakan tepung gypsum.
2. **Pengelolaan bahan**
Bahan baku utama meliputi :
 - Kaolin (Tanah liat putih) – Bangka Belitung
 - Felspard (Batuan) – Lodoyo Blitar
 - Pasir (pasir) – Tuban – Bangka Belitung
 - Ball clay (Tanah liat) – Malang Selatan
 Bahan baku tersebut dicampur dalam komposisi ditambah air dan waterglass, kemudian diproses. Pencampuran (blunger), lalu disaring dan bahan baku siap untuk dibentuk.
3. **Pembentukan (slip casting)**
Proses penguangan (slip casting) massa ke dalam cetakan selanjutnya terjadi proses absorpsi atas kandungan air yang terdapat dalam massa oleh cetakan. Pada akhirnya, massa mengeras pada dinding-dinding rongga cetakan, kemudian benda hasil bentukar di lepas dari cetakan.
4. **Finishing**
Proses penyesuaian bentuk atas barang hasil dari proses pencetakan, antara lain: menghilangkan sirip haluan casting, mengelap/mengamplas, menghaluskan dan sejenisnya. Selanjutnya proses pengeringan.
5. **Dekorasi**
Untuk lebih memberikan sentuhan seni serta memberi natural pada produk yang dihasilkan diberi gambar dengan menggunakan pewarna oksida (colour edoxide)
6. **Glafir**
Proses pemberian lapisan glafir terhadap barang pasca dekorasi dengan menggunakan beberapa cara antara lain : spray, celup, kuas dan lain-lain.
7. **Penyusunan**
Proses penyusunan barang-barang ke dalam ruang tungku pembakaran (firekiln).
8. **Pembakaran**
Proses pembakaran dengan menggunakan bahan bakar LPG hingga pada temperatur 1200°C, dan memakan waktu 10 jam. Proses pendinginan selama 24 jam, selanjutnya barang dikeluarkan dari ruangan tungku.
9. **Pemberian aksesoris**
Untuk memperindah tampilan produk, perlu diberi beberapa tambahan aksesoris antara lain: tali temali, anyaman, dan pengemasan.
10. **Produk siap dipasarkan**
Hasil produksi dibagi menjadi 3 kategori. Aneka souvenir, aroma teraphyburner dan interior decoration.

CERAMIC WORKSHOP

H. SYAMSUL ARIFIN

Bergejut di bidang kerajinan keramik sejak tahun 1995. Saya lahir di lingkungan keramik dan pernah belajar di Balai Besar Keramik Bandung. Saya tertarik keramik karena nama keramik Dinoyo sudah cukup dikenal sejak dahulu. Bahan baku yang tersedia, tenaga terampil, serta lingkungan yang memadai. Yang paling penting prospek produk kerajinan keramik masih cukup diminati oleh konsumen. Di satu sisi keramik sebagai sumber pendapatan ekonomi masyarakat Dinoyo, dan di sisi lain saya turut mengembangkan agar sentra keramik Dinoyo tetap eksis sampai saat ini.

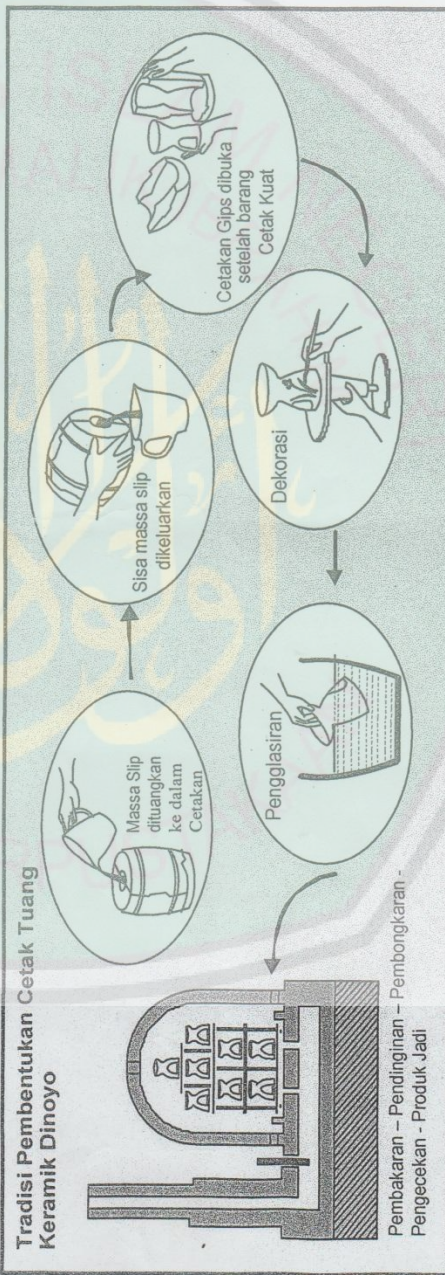
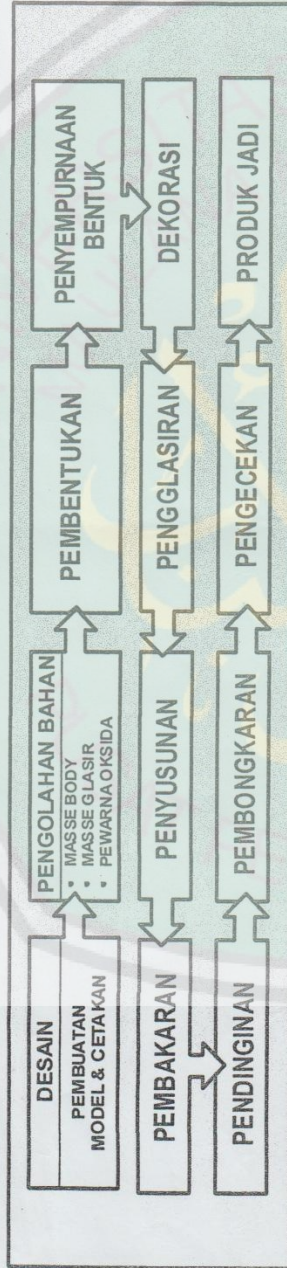
Oleh karena itu saya membuka diri untuk masyarakat umum, khususnya siswa sekolah untuk mau belajar tentang kerajinan keramik. dan Alhamdulillah mendapatkan respon yang cukup baik. Saya sendiri menyadari produk kerajinan keramik tidak bisa lepas dari daya tarik wisata kota Malang.



MATERI KUNJUNGAN
DI
KAMPUNG WISATA KERAMIK DINOYO
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
MALANG, 8 MEI 2018

Cudramila
U. SAR. SUDHARNO, S.S., S.Pd., S.E., S.M.Pd. MALANG
JAWA TIMUR - INDONESIA
KORPORATIF: 081-83373144
INDIVIDUAL: 081-83373144

Skema Proses Produksi
CENDERA MATA KERAMIK



PENGENALAN KERAMIK

- o Secara sederhana keramik dapat di artikan yaitu, suatu barang yang terbuat dari tanah liat triaksial, atau dari bahan galian non logam. Setelah dibentuk dilanjutkan dengan proses pembakaran
- o Atau TANAH YANG DIBAKAR

TANAH

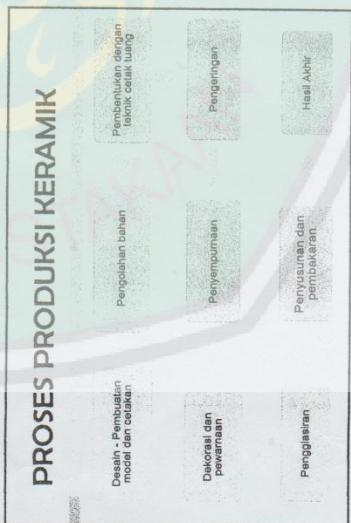
- Pada dasarnya tanah untuk keramik dibagi 3:
- o Tanah *Earthen Ware / Gerabah*
Merupakan jenis tanah bakaran rendah, warna bakaran yang ditimbulkannya yaitu; pink, merah, atau coklat
 - o Tanah *Stone Ware*
Merupakan jenis tanah bakaran tinggi, warna bakaran yang ditimbulkannya keabuan dan krem
 - o Tanah *Porcelain*
Tanah ini adalah jenis tanah alau bahan tertentu juga merupakan racikan sendiri yang tidak dapat diperoleh dari sumber bahan alam secara langsung seperti halnya pada jenis tanah diatas, warna bakar yang ditimbulkannya adalah putih

JENIS DAN KEGUNAAN KERAMIK

- Keramik bisa dibedakan menjadi dua sisi:
1. Menurut temperatur bakarnya.
 - o *Earthen Ware / Gerabah* = 900° C - 1100° C
 - o *Stone Ware* = 1100° C - 1250° C
 - o *Porcelain* = lebih dari 1250° C
 2. Menurut jenis barang yang ada.
 - o *Keramik Seni (Art Ware)* = Souvenir, Vas bunga, dsb
 - o *Benda Fungsi (Table Ware)* = Teko, Piring, Mug, Mangkok, dsb
 - o *Alat Teknik* = Isolator listrik, Alat tenun, Alat-alat Laboratorium, dsb

EARTHEN WARE / GERABAH





KETERANGAN PROSES PRODUKSI

1. Desain
 Proses pembuatan desain model yang selanjutnya digunakan sebagai master (induk) untuk proses pembuatan cetakan. Bahan yang digunakan tepung gypsum.

2. Pengolahan bahan
 Bahan baku utama meliputi
 - Kaolin, tanah liat putih
 - Felspa'q (batuan)
 - Pasir Kwarsa
 - Ball clay (tanah liat)
 Bahan baku tersebut dicampur dalam komposisi ditambah air dan waterglass, kemudian diproses. Pencampuran (blunger), lalu disaring dan bahan baku siap untuk dibentuk.



3. Pembentukan (cetak tuang)
 Proses penuangangan (cetak tuang) massa ke dalam cetakan selanjutnya terjadi proses absorpsi atas kandungan air yang terdapat dalam massa oleh cetakan. Pada akhirnya, massa mengeras pada dinding-dinding rongga cetakan, kemudian benda hasil pembentukan di lepas dari cetakan.

4. Pengeringan
 Agar barang menjadi kuat, perlu proses pengeringan. Barang hasil cetak dijemur pada sinar matahari.

5. Penyempurnaan
 Proses penyempurnaan bentuk atau barang hasil dari proses pencetakan, antara lain : menghilangkan slip haluan casting, mengkilap / mengampelas, menghaluskan dan seletanya.

6. Dekorasi dan pewarnaan
 Untuk lebih memberikan sentuhan seni serta memberi warna pada produk yang dihasilkan dibagi gambar dengan menggunakan pewarna oksida (colour edoxide).

7. Pengglasiran
 Proses pemberian lapisan glasir ehadaap barang pasca dekorasi dengan menggunakan beberapa cara seperti : spray, celup, kuas, dan lainnya.

8. Penyusunan dan pembakaran
 Proses penyusunan barang ke dalam tungku pembakaran. Proses pembakaran dengan menggunakan bahan bakar LPG hingga pada temperatur 1200°C, dan memakan waktu 10 jam. Proses pendinginan selama 24 jam, selanjutnya barang dikeluarkan dari ruang tungku.

9. Hasil akhir
 Untuk mempromosikan tampilan produk, perlu diberi beberapa tambahan aksesoris antara lain : tali temali, anyaman, dan pengemasan.

DOKUMENTASI WAWANCARA

Wawancara dengan karyawan CJDW Art Galery



Wawancara dengan pemilik gerai CJDW Art Galery (Bapak Eddy Sujarwo)



Proses pembuatan keramik CJDW Art Galery



Wawancara dengan pemilik gerai cenderamata keramik (H. Syamul Arifin)

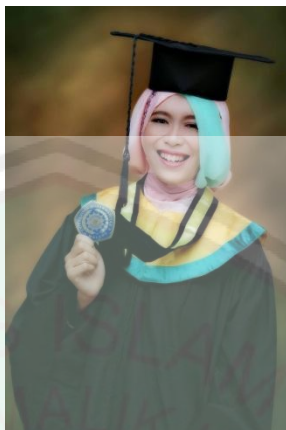


Wawancara dengan pegawai Cenderamata Keramik





RIWAYAT HIDUP



BIOGRAFI PENULIS :

Nama : Jazilatun Nafilah
 Tempat&TanggalLahir : Gresik, 26 Mei 1994
 Alamat : Banyutengah, RT. 08, RW. 04, Kecamatan
 Panceng, Kabupaten Gresik
 Email : Jazilatunnafilah@gmail.com
 No. Telepon/ HP : 082335453844
 Nama Orang Tua : Nasikin
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Status Perkawinan : Belum Menikah
 Agama : Islam
 Motto : Keberuntungan datang dari kerendahan hati,
 Kesejahteraan datang dari menghormati,
 Kebijaksanaan datang dari perenungan diri,
 Kecemasan datang dari keserakahan, Nasib
 buruk datang dari keinginan memiliki yang
 bukan milikmu.

Judul Tesis : Elastisitas Harga Permintaan Dan Elastisitas Harga Penawaran Output Dalam Perspektif Islam (Studi di Cenderamata Keramik dan CJDW Art Galery di Kampung Keramik Dinoyo Malang).

PENDIDIKAN FORMAL :

1. MI Muhammadiyah 05 Banyutengah Panceng Gresik, Tahun Lulus 2006
2. MTS Muhammadiyah 06 Banyutengah Panceng Gresik, Tahun Lulus 2009
3. MA Muhammdiyah 02 Banyutengah Panceng Gresik, Tahun Lulus 2012
4. Strata 1 (S.1) Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang JawaTimur, Lulus Tahun 2016.
5. Strata 2 (S.2) Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang JawaTimur, Lulus Tahun 2019.