

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam diturunkan di tanah kelahiran yang memiliki kegiatan ekonomi yang tinggi. Bangsa Arab sudah berpengalaman selama tak kurang dari ratusan tahun dalam beraktivitas ekonomi. Jalur perdagangan bangsa Arab ketika itu terbentang dari Yaman sampai ke daerah-daerah Meditarian. Ajaran Islam sendiri diwahyukan melalui Nabi Muhammad SAW., seorang yang terlahir dari keluarga pedagang, Muhammad menikah dengan seorang saudagar (Siti Khadijah) dan beliau melakukan perjalanan bisnis sampai ke Syiria.

Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya investasi dari pihak manapun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private sector* dengan kegiatan monopolistik ataupun lainnya.

Penetapan harga menurut Rasul merupakan suatu tindakan yang menzalimi kepentingan para pedagang, karena para pedagang di pasar akan merasa terpaksa untuk menjual barangnya sesuai dengan harga patokan, yang tentunya tidak sesuai dengan keridhaannya.

Dengan demikian, pemerintah tidak memiliki wewenang untuk melakukan intervensi terhadap harga pasar dalam kondisi normal. Ibnu Taimiyah mengatakan jika masyarakat melakukan transaksi jual beli dalam kondisi normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikitnya penawaran atau banyaknya permintaan, maka ini merupakan kehendak Allah.¹

Pandangan Islam dalam masalah materi kekayaan berbeda dengan pandangan Islam terhadap masalah pemanfaatannya. Menurut Islam, sarana-sarana yang memberikan kegunaan (*utility*) adalah satu hal, sedangkan perolehan kegunaan (*utility*)-nya adalah hal lain. Karena itu, kekayaan dan tenaga manusia, dua-duanya merupakan kekayaan sekaligus sarana yang bisa memberikan kegunaan (*utility*) atau manfaat. Kedudukan keduanya dalam pandangan Islam, dari segi keberadaan dan produksinya dalam kehidupan, berbeda dengan kedudukan pemanfaatan dan tata cara perolehan manfaatnya.²

Adapun dari segi keberadaan dan pemanfaatannya, harta kekayaan sebenarnya terdapat dalam kehidupan ini secara ilmiah. Allah SWT telah menciptakannya untuk dieksploitasi oleh manusia. Allah SWT berfirman, dalam Q.S. Abasa [80]: 24-32:

¹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), hal. 157-161.

² Taqiyudin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam Edisi Mu'tamadah* (Jakarta: Dar al Ummah, 2004), hal. 66.

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ ۚ ﴿٢٤﴾ أَنَا صَبَبْنَا الْمَاءَ صَبًّا ﴿٢٥﴾ ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ
 شَقًّا ﴿٢٦﴾ فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا ﴿٢٧﴾ وَعِنَبًا وَقَضْبًا ﴿٢٨﴾ وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا ﴿٢٩﴾ وَحَدَائِقَ
 غُلْبًا ﴿٣٠﴾ وَفَيْكِهِةً وَأَبًّا ﴿٣١﴾ مَتَّعَّا لَكُمْ وَلَا نَعْمِكُمْ ﴿٣٢﴾

Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. Sesungguhnya Kami benar-benar telah mencurahkan air (dari langit), kemudian Kami belah bumi dengan sebaik-baiknya, lalu Kami tumbuhkan biji-bijian di bumi itu, anggur dan sayur-sayuran zaitun dan kurma, kebun-kebun (yang) lebat dan buah-buahan serta rumput-rumputan untuk kesenanganmu dan untuk binatang-binatang ternakmu.³

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja. Penetapan harga itu sendiri cukup kompleks dan sulit. Harga, nilai, dan faedah (*utility*) merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk menarik barang lain dalam pertukaran.⁴

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal menyangkut persaingan dan sifat pasar serta permintaan. Penetapan harga memegang

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponogoro, 2000), hal. 585.

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Offset. 2002), Hal. 154-167.

peranan penting dalam mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan atau konsumen.

Penetapan harga sendiri didasarkan pada pertimbangan, daya beli pelanggan yaitu kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, gaya hidup pelanggan yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari. Kegiatan usaha menentukan keuntungan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Biaya yang dikeluarkan meliputi pengeluaran bahan mentah, pembayaran upah, dan sewa tempat. Keuntungan dalam teori ekonomi mempunyai arti yang sedikit berbeda dengan pengertian keuntungan dari segi pembukuan.

Pada umumnya teori-teori ekonomi menjelaskan bahwa keuntungan adalah pendapatan yang diperoleh para pengusaha sebagai pembayaran dari melakukan kegiatan seperti: menghadapi risiko ketidakpastian di masa yang akan datang, melakukan inovasi atau pembaruan di dalam berbagai kegiatan ekonomi, dan mewujudkan kekuasaan monopoli di dalam pasar.⁵

Salah satu cara untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan strategi pemasaran. Tujuan strategi pemasaran adalah berorientasi pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan pengarahan bagi kegiatan-kegiatan penjualan yang menguntungkan, dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran untuk

⁵ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi : Teori Pengantar I*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 384.

memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi pemasaran yang paling banyak dipakai oleh wirausahawan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas empat, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).⁶

Ternak unggas merupakan komoditas unggulan dalam pengembangan ternak unggas dalam upaya pemenuhan protein hewani, terutama bagi masyarakat yang berdomisili di pedesaan. Keunggulan utama ternak unggas adalah cita rasa produksinya (daging, telur) yang spesifik, adaptif dalam lingkungan yang kurang baik dimana dengan pemeliharaan secara tradisional yaitu dengan makanan seadanya dari sisa dapur dan pakan yang ada di sekitar pekarangan, dapat berproduksi meskipun produktivitas yang dihasilkan belum optimal atau dengan kata lain masih rendah dibandingkan dengan ayam broiler atau layer.

Pada umumnya ternak unggas dipelihara di pedesaan secara tradisional, tanpa pemberian pakan yang baik, belum melakukan pengendalian penyakit dan sebagainya. Oleh karena itu produktivitasnya relatif rendah, baik telur maupun daging, namun usaha ternak unggas adalah harga persatuan ayam atau telur ternak unggas masih dapat bersaing dengan ayam ras. Produksi ternak unggas pada pemeliharaan tradisional hanya 45 butir/ekor/tahun atau setara dengan 12,5 % per hari. Dengan meningkatkan sistem pemeliharaan menjadi semi intensif pada kandang umbaran maka produksi telurnya meningkat menjadi 18,5 %.

⁶ M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 128.

Kondisi perunggasan saat ini khususnya ayam ras penuh dengan persaingan yang sangat kompetitif, sehingga pasar tidak dapat diprediksi secara pasti yang terjadi adalah fluktuasi harga yang tidak menentu. Ketersediaan bibit ayam kampung *Parent Stock* (PS) maupun DOC *Final Stock* (FS) saat ini sangat terbatas, pengembangan ayam kampung adalah salah satu solusi yang tepat untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha pembibitan maupun budidaya ayam kampung yang saat ini mempunyai prospek untuk dikembangkan.

Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan produktivitas ternak unggas adalah melalui peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan para kelompok peternak pertanian yang mana mempunyai tugas untuk membina petani/peternak di wilayah kerjanya. Dalam hal ini para petani diharapkan dapat memanfaatkan potensi ternak unggas yang ada di pedesaan dengan perbaikan manajemen yaitu manajemen bibit, pakan, perkandangan, pemeliharaan dan pengendalian penyakit.⁷

Tentang perintah Islam mengenai makan dan urutan prioritas dalam konsumsi memberikan beberapa pandangan yang menarik kepada manusia untuk memahami sifat perilaku konsumen dalam Islam. Dalam rangka menganalisis perilaku konsumen, seseorang bisa saja berpandangan sempit dan statik dengan mengatakan bahwa konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan (yakni: Makan daging babi, minum-minuman keras, mengenakan pakaian sutera, dan cincin emas (untuk pria), serta tata cara penyembelihan hewan

⁷ Wilmi R Wirondas, *Buku Panduan Diklat Teknis Budidaya Ternak Unggas*, (Bogor: Kementerian Pertanian, BPPKH, Cinagara, 2015), hal. 1.

yang terlarang dan seterusnya). Karena dalam syariat semua larangan-larangan itu mempunyai keabsahan yang pasti, maka para konsumen muslim janganlah memperturutkan hati untuk makan makanan yang terlarang demi disiplin sosial, peraturan Islam, dan arti penting spiritual. Tetapi penulis cenderung untuk berpandangan lebih luas mengenai tatacara konsumsi, distribusi, dan produksi ternak unggas secara Islami di antaranya:

1. Hewan Ternak yang Disembelih Tanpa Mengucapkan “*bismillah*”.

Para ulama berbeda pendapat tentang hukum hewan ternak yang disembelih tanpa mengucapkan “*bismillah*” dengan disengaja.

Pendapat pertama: mayoritas para ulama yang terdiri dari ulama mazhab Hanafi, Maliki dan Hanbali menghukumi bangkai, hewan yang disembelih oleh orang-orang Islam yang sengaja tidak mengucapkan lafadz “*bismillah*” saat penyembelihan.⁸

Berdasarkan Firman Allah SWT, dalam Q.S. Al An’am [6] : 121

وَلَا تَأْكُلُوا مِمَّا لَمْ يُذْكَرِ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَإِنَّهُ لَفِسْقٌ وَإِنَّ الشَّيَاطِينَ لَيُوحُونَ
إِلَىٰ أَوْلِيَآئِهِمْ لِيَجْنُبُوا لَكُمْ وَإِنْ أَطَعْتُمُوهُمْ إِنَّكُمْ لَمُشْرِكُونَ

*Dan janganlah kamu memakan binatang-binatang yang tidak disebut nama Allah ketika menyembelinya. Sesungguhnya perbuatan yang semacam itu adalah suatu kefasikan. Sesungguhnya syaitan itu membisikkan kepada kawan-kawannya agar mereka membantah kamu; dan jika kamu menuruti mereka, sesungguhnya kamu tentulah menjadi orang-orang yang musyrik.*⁹

⁸ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2013), hal. 43.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya.....*, hal.143.

Pendapat Kedua: para ulama yang menganut mazhab Syafi'i menghukumi halal daging hewan yang disembelih tanpa membaca “*bismillah*” mereka berpegang dengan hadits Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam*,

ذَبِيحَةُ الْمُسْلِمِ حَلَالٌ، ذَكَرَ اسْمَ اللَّهِ أَوْ لَمْ يَذْكُرْ

“ *Hewan sembelihan orang Islam halal, baik ia menyebut nama Allah ataupun tidak. (H.R. Abu Daud).*¹⁰

Tanggapan: hadits di atas tidak kuat, karena haditsnya mursal¹¹ dan terdapat salah seorang perawinya yang tidak dikenal.

Dengan demikian pendapat mayoritas ulama dalam hal ini adalah yang terkuat. Yaitu hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah adalah najis (bangkai).

2. Hewan yang Disembelih oleh Non Muslim

Non muslim (orang yang tidak menganut agama Islam), dikelompokkan menjadi dua bagian; non muslim yang memiliki kitab suci samawi yaitu: Yahudi dan Nasrani dan non muslim yang tidak memiliki kitab samawi, seperti: penganut agama Hindu, Buddha, Sintho dan lain-lain.

Bila non muslim yang tidak memiliki kitab samawi menyembelih hewan, para ulama sepakat bahwa daging sembelihannya termasuk bangkai.

¹⁰ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer...*, hal. 44.

¹¹ Hadis *Mursal*, yaitu: salah seorang generasi setelah sahabat menyandarkan hadits langsung kepada nabi dan ia tidak menyebutkan sanad antara dia dengan nabi.

Non Muslim Ahli Kitab (yang memiliki kitab samawi) bila menyembelih hewan, para ulama sepakat bahwa hewan sembelihannya halal dimakan oleh orang Islam, berdasarkan firman Allah SWT, dalam Q.S. Al Maidah [5]: 5:

الْيَوْمَ أُحِلَّ لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ وَطَعَامُ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حِلٌّ لَكُمْ وَطَعَامُكُمْ حِلٌّ لَهُمْ وَالْحَصْنَاتُ مِنَ الْمُؤْمِنَاتِ وَالْمُحْصَنَاتُ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ إِذَا آتَيْتُمُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ مُحْصِنِينَ غَيْرِ مُسَفِّحِينَ وَلَا مُتَّخِذِي أَخْدَانٍ وَمَنْ يَكْفُرْ بِالْإِيمَانِ فَقَدْ حَبِطَ عَمَلُهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ ﴿٥﴾

Pada hari ini dihalalkan bagimu yang baik-baik. Makanan (sembelihan) orang-orang yang diberi Al Kitab itu halal bagimu, dan makanan kamu halal (pula) bagi mereka. (Dan dihalalkan mengawini) wanita yang menjaga kehormatan diantara wanita-wanita yang beriman dan wanita-wanita yang menjaga kehormatan di antara orang-orang yang diberi Al Kitab sebelum kamu, bila kamu telah membayar mas kawin mereka dengan maksud menikahinya, tidak dengan maksud berzina dan tidak (pula) menjadikannya gundik-gundik. Barangsiapa yang kafir sesudah beriman (tidak menerima hukum-hukum Islam) maka hapuslah amalannya dan ia di hari kiamat termasuk orang-orang merugi.¹²

3. Penjagalan Ayam dengan Cara Modern

Di beberapa negara maju, dimana akan kebutuhan daging hewan sangat besar, mereka menggunakan peralatan modern untuk mengakhiri nyawa hewan yang siap dikonsumsi manusia demi meningkatkan kuantitas pemotongan.¹³

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*....., hal.107.

¹³ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*....., hal. 45-46.

Seperti di Kanada, di sebuah tempat penjagalan ayam yang sudah disahkan oleh komunitas muslim setempat, semua proses berlangsung secara otomatis, proses penjagalan ini berlangsung sebagai berikut:

“Ayam digantung kakinya, dengan demikian kepalanya mengarah ke tanah, lalu gantungan tersebut bergerak menuju tempat berikutnya, di tempat ini ayam disiram dengan air dingin, terkadang air tersebut dialiri muatan listrik, proses ini bertujuan untuk membersihkan ayam dari kotoran dan membius ayam dengan muatan listrik, lalu ayam digerakan ke tempat selanjutnya dimana tersedia besi tipis tajam berbentuk bundar sehingga puluhan ayam yang digantung berputar mengitari pisau otomatis tersebut dapat di sembelih dalam sesaat, kemudian setelah disembelih, ayam digerakan ketempat berikutnya, yakni bak besar berisi air hangat, lalu ayam direndam agar mudah untuk mencabut bulu-bulunya, lalu prosesnya dilanjutkan untuk siap dipasarkan.”¹⁴

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik mengadakan penelitian dan mencoba untuk menuangkan ke dalam tesis dengan judul **“Pengaruh Harga Ayam Broiler Terhadap Supply And Demand Ayam Kampung”** (Studi di Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang).

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk membatasi masalah yang ada, agar tidak terlalu luas, maka penulis memberikan batasan masalah, dalam penelitian ini hanya berfokus pada harga ayam broiler terhadap *supply and demand* ayam kampung

¹⁴ Muhammad Taqiyyudin, *Qodhaya Fiqhiyyah Muassiroh fil Maal wal Iqtishad*, (Damaskus: Darul Qolam, Cetakan I, 2001), hal. 419.

di Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka selanjutnya dapat dirumuskan masalah penelitian, sebagai berikut:

1. Apa ada pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung di Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang?
2. Seberapa besar pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung di Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penjelasan harga ayam broiler, penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apa ada pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung di Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung di Kelompok

Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang.

3. Untuk mengetahui Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penjelasan harga ayam broiler, penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis yakni dapat melengkapi pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan, untuk dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan perbandingan antara teori-teori dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Akademis

Sebagai tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dan untuk memperkaya wawasan pengetahuan ilmiah, sekaligus juga informasi ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan informasi tambahan yang mungkin berguna juga sebagai informasi penelitian lebih lanjut.

3. Kelompok Ternak Mitra Ikamaja Desa Kupahandap Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang.

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan bahan perbaikan dalam meningkatkan usaha peternakan di Kelompok ternak Ikamaja Kabupaten Pandeglang khususnya, dan masyarakat pada umumnya.

4. Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan dan perbandingan serta sumber acuan tambahan untuk bidang kajian yang sama.

F. Kerangka Teori

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Hal ini mengandung arti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer, dan hanya bila para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami, dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi saja, mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subyek tersebut. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern.

Semakin tinggi seseorang menaiki jenjang peradaban, semakin terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis. Cita rasa seni, keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pamer semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkrit dari kebutuhan-kebutuhan fisiologik. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya juga sangat sederhana. Tetapi peradaban modern telah merubah kesederhanaan manis akan kebutuhan-kebutuhan ini.

Dengan keterangan umum ini kita dapat meneruskan analisis selanjutnya tentang perintah Islam mengenai konsumsi yang dikendalikan oleh prinsip berikut:

1. Prinsip Keadilan
2. Prinsip Kebersihan
3. Prinsip Kesederhanaan
4. Prinsip Kemurahan Hati
5. Prinsip Moralitas.¹⁵

Aturan pertama mengenai konsumsi terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah, [2] : 169 :

﴿١٦٩﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.¹⁶

Produksi dalam arti sempit diartikan sebagai suatu kegiatan untuk menghasilkan barang. Dalam arti luas, produksi adalah suatu usaha atau kegiatan

¹⁵ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), hal. 45.

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.....*, hal. 25.

manusia untuk menambah, mempertinggi, dan menciptakan nilai guna suatu barang dan jasa sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia.¹⁷

Untuk mengetahui biaya produksi dan penawaran suatu barang, hal pertama kali yang harus diketahui adalah prinsip produksi suatu perusahaan. Prinsip produksi dalam teori ekonomi mikro dapat digunakan untuk mendapatkan besarnya ongkos serta penawarannya, dan juga mendasari penentuan harga dan jumlah tenaga kerja, alokasi sumber-sumber serta distribusi produksi.

Teori produksi sebagaimana teori perilaku konsumen merupakan teori pemilihan atas berbagai alternatif yang tersedia. Dalam hal ini keputusan yang diambil oleh seorang produsen dalam menentukan pilihan atas alternatif tersebut. Produsen mencoba memaksimalkan produksi yang bisa dicapai dengan suatu kendala ongkos tertentu agar bisa dihasilkan *profit* (keuntungan) yang maksimum.¹⁸

Penawaran barang atau jasa didefinisikan sebagai: *Kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk menjualnya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu.*¹⁹

Perbedaan definisi penawaran dengan definisi permintaan hanya terletak pada satu kata. Jika permintaan menggunakan kata membeli, maka penawaran menggunakan kata menjual. Seperti juga dalam permintaan, analisis penawaran juga

¹⁷ Anwar Kurnia, *Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu SMP Kelas VII* (Jakarta:Yudistira, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, 2016), hal. 184.

¹⁸ Iswardono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, Cetakan Kedua, 2004), hal. 117.

¹⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam.....*, hal. 89.

mengasumsikan suatu periode tertentu, dan bahwa faktor-faktor penentu penawaran selain harga barang tersebut dianggap tidak berubah atau konstan (*ceteris paribus*).

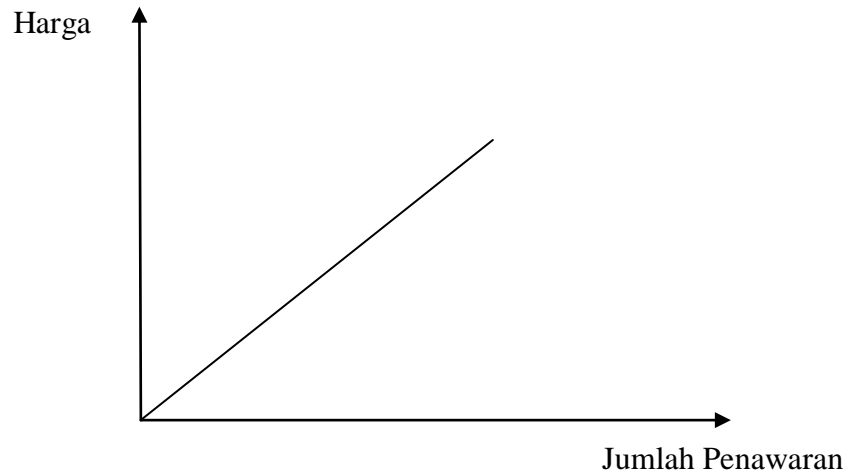
Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan (singkatnya: jumlah penawaran atau *quantity supplied*) dengan harga barang adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi, maka akan lebih banyak orang yang melihat potensi untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual barang yang diproduksi atau dimilikinya, sehingga jumlah penawaran barang tersebut pun tinggi. Sebaliknya apabila harga turun, maka jumlah penawaran pun akan turun. Lebih sedikit orang yang mendapatkan keuntungan dari harga yang rendah, sedangkan mereka yang tidak memperoleh keuntungan dari harga yang rendah akan menunda penjualan, akibatnya jumlah penawaran di pasar pun berkurang.

Hubungan antara jumlah penawaran barang atau jasa dengan harga barang atau jasa itu sendiri dinyatakan dalam hukum penawaran yang berbunyi: *semakin tinggi harga suatu barang, semakin besar jumlah penawaran barang tersebut; semakin rendah harga suatu barang maka semakin rendah pula jumlah penawaran barang tersebut.*²⁰

Secara Grafis, Hukum penawaran dinyatakan dalam grafik yang naik dari kiri bawah ke kanan atas seperti terlihat di bawah ini.

²⁰ Mustafa Edwin Nasution, *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam...*, ..., hal. 90.

Gambar 1.1
Kurva Penawaran



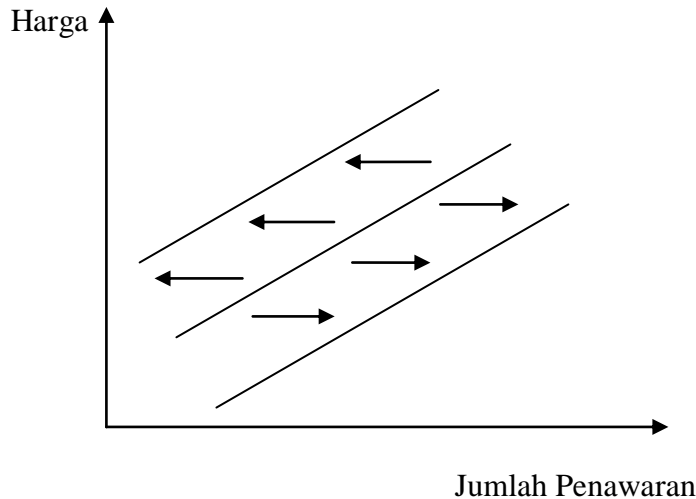
Sumber: Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam

Dalam menganalisis penawaran, perlu pula dibedakan antara penawaran (*supply*) dan jumlah penawaran (*quantity supplied*). Perbedaan di antara keduanya sama halnya antara permintaan (*demand*) dengan jumlah permintaan (*quantity demanded*). Secara ringkas bisa dikatakan bahwa:

Perubahan pada harga barang/jasa mengakibatkan perubahan pada jumlah penawaran barang/jasa tersebut. Tercermin dalam grafik sebagai pergerakan di dalam kurva penawaran.

Perubahan pada variabel-variabel lain di luar harga barang/jasa akan mengakibatkan perubahan penawaran barang/jasa tersebut. Hal ini tercermin dalam Grafik sebagai pergeseran kurva penawaran baik ke atas maupun ke bawah.

Gambar 1.2
Pergeseran Kurva Penawaran



Sumber: Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam

Seperti juga permintaan, penawaran terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang tersebut. Banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran suatu barang selain harga barang tersebut.

Adapun faktor-faktor lain yang menentukan penawaran suatu barang adalah:

1. Biaya dan Teknologi
2. Jumlah Penjual
3. Tujuan Perusahaan
4. Dugaan tentang Masa Depan
5. Kondisi Alam
6. Kebijakan Pemerintah.²¹

²¹ William A, *Ekonomi Mikro* (Jakarta, Salemba Empat, 2001) hal. 18.

Membahas teori penawaran Islami, seyogyanya harus kembali kepada sejarah penciptaan manusia. Bumi dan manusia tidak diciptakan pada saat yang bersamaan. Bumi berevolusi sedemikian rupa sampai segalanya siap untuk manusia, ketika itulah manusia pertama diciptakan dan diturunkan ke muka bumi. Apa makna dari kisah tersebut? Tidak lain dan tidak bukan maknanya adalah bahwa Allah SWT telah mempersiapkan bumi ini untuk kepentingan manusia. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S. Ibrahim ayat 32-34:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنْ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْفَلَكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْأَنْهَارَ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمْ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمْ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۗ وَآتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ ۗ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَذَلُولٌ كَفَّارٌ ۗ

Allah-lah yang Telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, Kemudian dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezki untukmu; dan dia Telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan dia Telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai, dan dia Telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan Telah menundukkan bagimu malam dan siang, dan dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dan segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu, sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah).²²

Firman-Nya dalam surat Lukman ayat 20:

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.....*, hal. 259.

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ
ظَهْرَةً وَبَاطِنَةً ۗ وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنبِئٍ



Tidakkah kamu perhatikan Sesungguhnya Allah Telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan.²³

Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi keperluan manusia, larangan yang harus dipatuhi adalah: *'Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi'*. Larangan ini tersebar di banyak tempat dalam Al-Qur'an dan betapa Allah sangat membenci mereka yang berbuat kerusakan di muka bumi. Meskipun definisi kerusakan tersebut sangat luas, akan tetapi dalam kaitannya dengan produksi, larangan tersebut memberi arahan nilai dan panduan moral. Produksi Islami bukan hanya dilarang mengakibatkan kerusakan dalam memanfaatkan alam dan lingkungan, artinya ia tidak boleh mengakibatkan hutan menjadi gundul dan berubah menjadi bahan kritis yang mengakibatkan banjir dan longsor, menimbulkan polusi yang diatas ambang batas yang aman bagi kesehatan. Produksi Islami juga haram menghasilkan produk-produk yang apabila dikonsumsi akan menimbulkan kerusakan, baik itu kerusakan kesehatan, apalagi rusaknya moral dan kepribadian.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.....*, hal. 413.

Aturan etika dan moral yang membatasi kegiatan produksi tersebut tentu saja berpengaruh terhadap fungsi penawaran barang dan jasa. Sebagai contoh, apabila suatu proses produksi menghasilkan polusi, maka biaya lingkungan dan sosial tersebut harus dihitung dalam ongkos produksi sehingga ongkos meningkat dan penawaran akan berkurang. Dampaknya, kurva penawaran akan bergeser ke kiri. Di negara Barat, hal tersebut telah dilakukan dengan mengenakan pajak polusi atau dikenal dengan istilah *Pigouvian Tax* yang tujuannya agar perusahaan memperhitungkan biaya eksternal yang timbul akibat kegiatan produksinya sehingga memengaruhi keputusan produksi dan penjualannya.

Permintaan (*demand*) Jumlah barang dan jasa yang akan dibeli pada tingkat harga dan waktu tertentu, saat melakukan permintaan seseorang akan mempertimbangkan banyak hal. Pertimbangan-pertimbangan tersebut antara lain harga barang yang akan dibeli, daya beli yang dimiliki, serta waktu dan tempat transaksi.

Pengertian permintaan berkaitan erat dan tunduk terhadap hukum permintaan. Hukum permintaan menerangkan sifat hubungan permintaan barang dan jasa dengan harganya. Hukum permintaan berbunyi, "*semakin tinggi suatu barang/jasa akan semakin sedikit jumlah permintaan terhadap barang dan jasa tersebut, dan sebaliknya semakin rendah harganya akan semakin banyak jumlah permintaan atas barang/jasa tersebut*".²⁴

²⁴ Anwar Kurnia, *Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu SMP Kelas VII*,... hal. 192

Hukum permintaan telah menjelaskan bahwa antara harga dan permintaan saling berhubungan. Hubungan tersebut lebih lanjut dijabarkan dalam tabel dan kurva permintaan. Tabel permintaan adalah daftar angka-angka yang menggambarkan hubungan jumlah permintaan suatu barang atau jasa dengan harganya. Adapun kurva permintaan adalah garis yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dengan jumlah yang diminta dengan periode tertentu.

Tabel 1.1

Permintaan Ayam Kampung pada Berbagai Tingkat Harga

Kondisi	Harga (Rp)	Jumlah Permintaan (Kg)
A	35.500	30
B	35.000	40
C	34.500	50
D	34.000	60
E	33.000	75

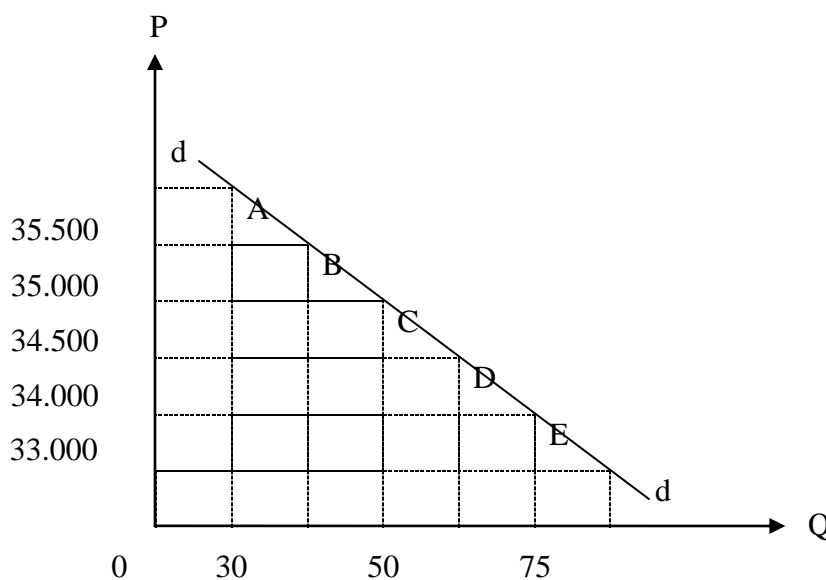
Sumber: Data Kuisisioner Diolah

Dengan memanfaatkan data pada peraga, dengan demikian dapat menggambarkan kurva permintaan. Dalam menggambarkan kurva permintaan ada dua hal yang perlu diperhatikan. *Pertama*, kurva permintaan umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah. *Kedua*, dibutuhkan dua garis sumbu yakni sumbu horizontal dan sumbu vertikal, sumbu horizontal/datar digunakan untuk menggambarkan berbagai jumlah barang atau jasa yang diminta (Q). Adapun sumber vertikal/tegak digunakan untuk menggambarkan berbagai tingkat harga (P).

Agar diketahui hubungan tingkat harga ayam kampung dengan jumlah permintaannya, peraga berikut akan menggambarkannya dalam bentuk kurva permintaan.

Gambar 1.3

Permintaan ayam kampung dalam Berbagai Tingkat Harga



Sumber: Data kuisisioner Diolah

Berdasarkan peraga di atas, Kurva permintaan dapat dibaca sebagai berikut:

- 1) Sumbu tegak 0 – P mengilustrasikan berbagai tingkat harga ayam kampung per Kg.
- 2) Sumbu datar 0 – Q mengilustrasikan berbagai jumlah ayam kampung yang diminta.
- 3) Tingkat A, B, C, D, dan E mengilustrasikan kombinasi antara harga dan permintaan, seperti pada titik A menggambarkan bahwa pada tingkat harga

Rp. 35.500 jumlah ayam kampung yang diminta sebanyak 30 Kg, dan seterusnya.

- 4) Garis dd merupakan garis yang menghubungkan titik-titik setiap kombinasi harga dan permintaan. Bentuknya yang menurun dari kiri atas ke kanan bawah menunjukkan sifat kurva permintaan yang negatif.²⁵

Teori permintaan (*demand*) menyatakan sikap pembeli (konsumen), yakni mereka akan membeli lebih banyak pada tingkat harga yang lebih rendah.²⁶

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan akan suatu barang diantaranya:

1. Harga barang sendiri
2. Pendapatan konsusumen
3. Harga barang lain baik yang bersifat substitusi maupun komplementer terhadap barang tersebut
4. Selera konsumen
5. Faktor lainnya.²⁷

G. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang dikemukakan dan analisis atas teori-teori tersebut maka di ajukan hipotesis sementara karena masih harus dibuktikan

²⁵ Anwar Kurnia, *Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu Kelas VIII*, (Jakarta: Yudistira, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, 2013), hal. 227-228.

²⁶ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, Edisi Pertama, 2008), hal. 108.

²⁷ Iswardono, *Ekonomi Mikro*, ..., .., hal.15.

kebenarannya. Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya.²⁸ Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis, tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.²⁹ Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung. Yaitu dengan cara sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh antara harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung.

Ha: Terdapat pengaruh antara harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) ayam kampung.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan tesis ini penulis menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, meliputi : Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, Hipotesis dan Sistematika Pembahasan.

Bab II : Landasan tentang teoritis pengaruh harga ayam broiler terhadap penawaran (*supply*) ayam kampung, meliputi: Harga, Penawaran (*supply*),

²⁸ Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hal. 138.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV, Alfabeta, 2014), hal. 64l.

Permintaan (*demand*), Teori Konsumsi, Produksi, Sumber daya dan Penelitian Terdahulu.

Bab III : Metode penelitian, meliputi: Waktu dan Tempat Penelitian, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Operasional Variabel.

Bab IV : Pembahasan hasil penelitian, meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Karakteristik Responden, Deskripsi Data, Hasil Penelitian dan Pembahasan, Uji Validitas, Uji Asumsi Klasik, Pengujian Hipotesis, Uji Regresi Secara Parsial (uji t), dan Uji Koefisien Determinasi R Square atau R^2 .

Bab V : Penutup, meliputi : Kesimpulan dan Saran.