

ANALISIS KURVA PERMINTAAN CELENGAN SEBAGAI BARANG HALAL DALAM MENINGKATKAN SURPLUS KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN MARGIN PERUSAHAAN DAGANG

Alifah Sukma Asih; Aulia Falent Az Zahra; Fahmi Irfanullah
Gisa Raenisa Kamila; Kalyca Najmi Hafidhlatul H; Kamelia Siva; Mia Lasmi Wardiyah
Akuntansi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung
alifahsukmmaa12@gmail.com; auliafalentazzhr14@gmail.com; fi1660432@gmail.com;
gisaraenisakamila@gmail.com; kalycanajmi08@gmail.com; kameliasiva@gmail.com;
mialasmiwardiyah@gmail.com

| | | |
|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Submitted: 9 June 2024 | Accepted: 18 June 2024 | Published: 19 June 2024 |
|------------------------|------------------------|-------------------------|

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis kurva permintaan dalam surplus konsumen terhadap perubahan margin perusahaan. Terdapat 3 fokus pembahasan dalam artikel ini yaitu : (1) Analisis kurva permintaan dalam salah satu perusahaan dagang, (2) Dampak peningkatan yang terjadi dalam surplus konsumen, dan (3) Kondisi margin perusahaan dagang terhadap kurva permintaan. Pendekatan menggunakan kualitatif, metode penelitian artikel ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis eksploratif dengan studi teks berupa data-data yang terkait dan studi berbagai literatur. Kesimpulan artikel ini adalah bahwa harga sebagai variabel dependen yang akan menentukan berapa jumlah komoditas yang bersangkutan diminta oleh konsumen. Dengan didasarkan pada perumusan hubungan antara kuantitas pembelian optimum suatu produk dengan harga relatif dari barang relatif dari barang tersebut melalui diagram yang memaparkan kurva harga-konsumsi yang jika diturunkan dapat menjadi rumusan kurva permintaan/*demand curve* yang menyatakan semakin tinggi harga, maka semakin sedikit jumlah barang yang diminta.

Kata Kunci: Kurva Permintaan, Margin dan Surplus Konsumen.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the demand curve in consumer surplus against changes in company margins. There are 3 focuses of discussion in this article, namely: (1) Analysis of the demand curve in a trading company, (2) The impact of an increase in consumer surplus, and (3) The condition of a trading company's margin on the demand curve. Using a qualitative approach, this article's research method uses descriptive statistics and exploratory analysis with text studies in the form of related data and studies of various literature. The conclusion of this article is that price is the dependent variable which will determine how much the commodity in question is demanded by consumers. Based on the formulation of the relationship between the optimum purchase quantity of a product and the relative price of the relative item of that item through a diagram that displays the price-consumption curve which, if derived, can become a demand curve formulation which states that the higher the price, the smaller the quantity of goods requested.

Key Words: Demand Curve, Margin and Consumer Surplus.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, permintaan akan produk halal telah mengalami peningkatan yang signifikan di berbagai belahan dunia. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga merambah ke pasar global di mana konsumen non-Muslim mulai tertarik dengan konsep halal sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan etis. Produk halal mencakup berbagai kategori mulai dari makanan dan

minuman hingga kosmetik dan farmasi. Hal ini memberikan peluang besar bagi perusahaan dagang untuk mengembangkan bisnis mereka dalam industri halal.

Dalam konteks ekonomi, kurva permintaan menggambarkan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga. Analisis kurva permintaan barang halal menjadi penting karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana perubahan harga mempengaruhi perilaku konsumen, dan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan strategi harga mereka untuk meningkatkan surplus konsumen dan margin perusahaan.

Surplus konsumen, yang merupakan selisih antara apa yang konsumen bersedia bayar dengan harga yang mereka bayar, adalah indikator penting dari kesejahteraan konsumen. Peningkatan surplus konsumen menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan nilai lebih besar dari pembelian mereka, yang bisa diakibatkan oleh penurunan harga atau peningkatan kualitas produk.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis kurva permintaan barang halal dan mengevaluasi bagaimana perubahan margin perusahaan dagang mempengaruhi surplus konsumen. Dengan menggunakan data yang relevan, penelitian ini akan menyajikan gambaran yang jelas tentang dinamika pasar barang halal dan implikasinya terhadap strategi bisnis perusahaan dagang.

Tabel 1. Data Permintaan Barang Halal

| Tahun | Harga Barang Halal (Rp/Unit) | Jumlah Permintaan (Unit) | Total Pendapatan (Rp) | Surplus Konsumen (RP) |
|-------|------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 2019 | 50.000 | 10.000 | 500.000.000 | 150.000.000 |
| 2020 | 55.000 | 9.500 | 522.500.000 | 142.500.000 |
| 2021 | 60.000 | 9.000 | 540.000.000 | 135.000.000 |
| 2022 | 65.000 | 8.500 | 552.500.000 | 127.500.000 |
| 2023 | 70.000 | 8.000 | 560.000.000 | 120.000.000 |

Tabel di atas menunjukkan data historis tentang harga barang halal, jumlah permintaan, total pendapatan, dan surplus konsumen selama lima tahun terakhir. Dari data ini, kita dapat mengamati tren kenaikan harga barang halal dan dampaknya terhadap jumlah permintaan dan surplus konsumen. Analisis lebih lanjut akan membantu dalam memahami hubungan antara harga, permintaan, dan surplus konsumen, serta bagaimana perusahaan dagang dapat mengatur margin mereka untuk memaksimalkan keuntungan sambil mempertahankan kepuasan konsumen.

PERUMUSAN MASALAH

Permintaan suatu komoditi merujuk pada jumlah komoditi yang dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ini meliputi harga barang itu sendiri, harga barang substitusi atau komplementer, serta selera dan keinginan konsumen. Selain itu, jumlah penduduk dan distribusi pendapatan juga berpengaruh terhadap permintaan barang di pasaran, sehingga variabel-variabel ini turut mempengaruhi fungsi permintaan terhadap barang tersebut (Soekartawi, 1993).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami apakah celengan yang dipasarkan sebagai barang halal dapat meningkatkan surplus konsumen dan apa pengaruhnya pada kurva permintaan. Menganalisis bagaimana perubahan margin keuntungan perusahaan dagang mempengaruhi permintaan terhadap celengan yang dipasarkan sebagai barang halal. Untuk mengetahui apakah margin keuntungan yang berbeda pada dampak signifikan terhadap surplus konsumen untuk produk celengan halal.

Apakah adanya permintaan komoditi celengan mempengaruhi bentuk dan elastisitas kurva permintaan. Penelitian ini mengeksplorasi strategi penetapan harga dan margin yang dapat diadopsi oleh perusahaan dagang untuk celengan halal agar dapat memaksimalkan surplus konsumen. Serta berfokus pada keterkaitan antara aspek dari celengan, permintaan konsumen, perubahan margin perusahaan dagang, dan dampaknya terhadap surplus konsumen.

HIPOTESIS

Hipotesis Utama (H1): Peningkatan margin perusahaan dagang yang menjual celengan sebagai barang halal akan meningkatkan surplus konsumen.

Hipotesis Alternatif (H2): Peningkatan margin perusahaan dagang yang menjual celengan sebagai barang halal akan menurunkan surplus konsumen.

Hipotesis Null (H0): Peningkatan margin perusahaan dagang yang menjual celengan sebagai barang halal tidak berpengaruh signifikan terhadap surplus konsumen.

Rationale:

Hipotesis Utama (H1): Diasumsikan bahwa konsumen cenderung memiliki preferensi yang kuat terhadap produk halal, termasuk celengan, sehingga meskipun margin perusahaan meningkat (dan kemungkinan harga produk naik), permintaan tetap kuat. Akibatnya, surplus konsumen bisa meningkat karena kepuasan atau manfaat tambahan yang dirasakan dari konsumsi barang halal.

Hipotesis Alternatif (H2): Diasumsikan bahwa kenaikan margin yang menyebabkan peningkatan harga celengan akan mengurangi daya beli konsumen, mengurangi jumlah yang dibeli, dan menurunkan surplus konsumen.

Hipotesis Null (H0): Diasumsikan bahwa perubahan margin perusahaan (dan harga celengan) tidak memiliki efek signifikan pada surplus konsumen, mungkin karena elastisitas permintaan

yang rendah atau karena faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap barang halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji teori tertentu dengan menganalisis hubungan antar variabel. Pada dasarnya, penelitian kuantitatif diterapkan dalam penelitian inferensial, di mana kesimpulan hasilnya didasarkan pada probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Melalui metode kuantitatif, dapat diperoleh signifikansi perbedaan antara kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Untuk mengukur pemusatan data dalam penelitian ini, digunakan mean (rata-rata) sebagai representasi dari kumpulan data. Ini bertujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana kurva permintaan celengan sebagai barang halal dapat meningkatkan surplus konsumen terhadap perubahan margin. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang mencakup data permintaan barang halal berupa celengan. Data ini meliputi harga barang, jumlah permintaan, total pendapatan, dan surplus konsumen, yang akan disajikan dalam bentuk tabel histogram.

Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis deskriptif, dengan tujuan mendeskripsikan karakteristik kurva permintaan terhadap surplus konsumen dan perubahan margin secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi permintaan barang halal serta elastisitas permintaan tersebut. Data yang digunakan adalah data time series tahunan selama 14 tahun (2000-2013). Terdapat 5 variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu harga celengan, pendapatan per kapita, dan jumlah penduduk. Variabel-variabel ini dianggap sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan barang halal.

2. Hasil Analisis Penelitian

a. Pengujian Model

1. Multikolinearitas

Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIP < 10 . Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian Model Uji Multikolinearitas

| Variabe | VIP |
|---------|-----|
| 1 | |

| | |
|------------------------|------|
| ▪ Harga celengan (X1) | 8.29 |
| ▪ Jumlah penduduk (X4) | 0 |
| ▪ Pendapatan (X5) | 2.61 |
| | 8 |
| | 2.86 |
| | 6 |

2. Heteroskedastisitas

Tabel 10. Hasil Pengujian Model Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Nilai t-hitung | Signifikansi |
|------------------------|----------------|--------------|
| ▪ Harga Celengan (X1) | - | 0,025 |
| ▪ Jumlah penduduk (X4) | 2.757 | 0,012 |
| ▪ Pendapatan (X5) | 3.233 | 0,002 |
| | - | |
| | 4.372 | |

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Berdasarkan hasil analisis data sekunder yang ditampilkan pada Tabel 10, hasil uji-t menunjukkan tidak adanya signifikansi. Hal ini disebabkan oleh nilai probabilitas t-hitung masing-masing variabel bebas yang lebih besar dibandingkan dengan probabilitas pada tingkat kepercayaan 99% dan 95%.

3. Autokorelasi

Uji Durbin-Watson menghasilkan angka sebesar 2,181, yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Hal ini dikarenakan nilai 2,181 berada dalam kisaran $1,65 < 2,181 < 2,35$, sesuai dengan syarat pertama. Dari hasil analisis, tidak ditemukan penyimpangan terhadap asumsi klasik persamaan regresi, sehingga penaksir-penaksir yang diperoleh merupakan penaksir OLS yang terbaik, linier, tidak bias, atau bersifat BLUE.

b. Kriteria Statistik

Untuk mengestimasi fungsi permintaan celengan serta merumuskan hubungan antara permintaan dan faktor-faktor yang diduga mempengaruhinya, digunakan metode regresi linier berganda dalam bentuk logaritma natural. Agar hasil regresi optimal, beberapa kriteria statistik berikut harus dipenuhi:”

Tabel 11. Hasil Analisis Varians Permintaan beras di Kota Surakarta

| Variabel bebas | Koefisien | Nilai | Signifikansi |
|------------------------------------|-----------|-------|--------------|
| <i>Adjusted R square</i> (R^2) | 0.958 | | |

| | | | |
|------------------------|--------|-----------|---|
| Uji F | | 36.726*** | 0 |
| | |) | , |
| | | | 0 |
| | | | 0 |
| | | | 0 |
| Uji-t | | | |
| ▪ Harga Celengan (X1) | -1,123 | -2.757** | 0 |
| ▪ Jumlah penduduk (X4) | 4,409 | 3.233*** | , |
| ▪ Pendapatan (X5) | 0,049 | -4.372*** | 0 |
| | | | 2 |
| | | | 5 |
| | | | 0 |
| | | | , |
| | | | 0 |
| | | | 1 |
| | | | 2 |
| | | | 0 |
| | | | , |
| | | | 0 |
| | | | 0 |
| | | | 2 |

Keterangan :

*** : nyata pada taraf 99 %

** : nyata pada taraf 95 %

* : nyata pada taraf 90 %

1. Uji R² Adjusted

Ketepatan model diukur oleh koefisien determinasi yang telah disesuaikan, atau adjusted R square (R²), yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Dari hasil analisis regresi, nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 95,8% menunjukkan bahwa variabel harga celengan, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita memberikan kontribusi sebesar 95,8% terhadap permintaan beras di Kota Surakarta. Sisanya, sebesar 4,2%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti.

2. Uji F

Berdasarkan Tabel 11, nilai F hitung sebesar 36.726 dengan probabilitas 0,000 pada tingkat kepercayaan 99%. Ini berarti H_a diterima dan H₀ ditolak, menunjukkan bahwa variabel bebas yang diteliti secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan beras di Surakarta. Artinya, variabel harga celengan, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan barang halal.

3. Uji – t

Variabel jumlah penduduk dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan barang halal pada tingkat kepercayaan 99%. Sedangkan variabel harga

celengan berpengaruh signifikan terhadap permintaan barang halal pada tingkat kepercayaan 95%.

3. Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada permintaan suatu barang untuk memahami pengaruh harga dan pendapatan terhadap jumlah barang yang diminta. Dalam fungsi tersebut, ditambahkan beberapa variabel lain untuk memberikan gambaran yang lebih luas dan rinci tentang permintaan barang. Penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan celengan di Kota Surakarta, selain dipengaruhi oleh pendapatan dan harga barang halal, juga dipengaruhi oleh variabel lain seperti barang substitusi, pendapatan per kapita masyarakat, dan jumlah penduduk.

Hasil analisis menunjukkan bahwa model statis demand system cocok digunakan sebagai model penduga permintaan beras di Kota Surakarta. Hal ini dibuktikan oleh uji F yang signifikan pada tingkat kepercayaan 99%, serta nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 95,8%.

Elastisitas harga dalam analisis statik sama dengan koefisien regresinya karena bentuk fungsi yang digunakan adalah log ganda. Elastisitas harga celengan sebesar -0,53, sedangkan elastisitas pendapatan sebesar 0,68. Elastisitas silang menunjukkan bahwa harga jagung memiliki tanda positif, yang berarti jagung merupakan barang substitusi atau pengganti beras. Tanda positif ini menunjukkan bahwa jika harga beras naik, permintaan beras akan turun karena konsumen mencari produk pengganti yang lebih terjangkau, sehingga permintaan celengan meningkat. Sebaliknya, jika harga barang halal turun, permintaan beras naik dan permintaan jagung turun. Sedangkan elastisitas silang pada telur adalah negatif, menunjukkan bahwa telur merupakan barang komplementer atau pelengkap dari barang halal. Tanda negatif ini menunjukkan bahwa jika harga celengan naik, permintaan barang halal turun, dan sebaliknya, jika harga barang halal turun, permintaan celengan naik. Elastisitas pendapatan sebesar 0,68 berarti kenaikan pendapatan 1 persen akan menyebabkan peningkatan permintaan celengan sebesar 0,68%.

SIMPULAN

Penelitian ini mungkin mengkaji bagaimana permintaan terhadap celengan yang memenuhi kriteria halal terbentuk. Hal ini bisa dipengaruhi oleh preferensi konsumen muslim yang mencari produk sesuai dengan nilai-nilai dan kepercayaan mereka. Ini juga mengeksplorasi hubungan antara peningkatan surplus konsumen dan perubahan margin perusahaan. Misalnya, jika peningkatan surplus konsumen menyebabkan peningkatan permintaan, perusahaan mungkin dapat meningkatkan harga dan margin mereka. Permintaan terhadap celengan halal mungkin meningkat karena adanya preferensi dari segmen pasar tertentu, yaitu konsumen muslim.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya memahami preferensi konsumen dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan, serta bagaimana produk yang memenuhi nilai-nilai tertentu dapat memberikan keuntungan tambahan baik bagi konsumen maupun perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrur Rasyid Muhammad Saleh. 2020. *Ekonomi Mikro Jurnal Pemasaran Islam*, 16(2), 101-102.
- Barus, M. D. B. (2020). Analisis Aplikasi Dan Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(1), 1–11.
- El-Gohary, H. (2020). Pemasaran Produk dan Jasa Halal: Penelitian dan Praktek. *Jurnal Pemasaran Islam*, 11(3), 507-526.
- Fandy. 2002. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS PT*. Elex media Komputindo. Jakarta.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill Education.
- Himma F. 2022. "Pengertian, Contoh, dan Ciri-ciri Kurva Permintaan"
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2012). *Introduction to Linear Regression Analysis*. Wiley.
- Putong, Iskandar. 2002. *Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rashid, S. K. (2010). Permintaan Konsumen dan Ketersediaan Membayar Produk Halal. *Jurnal Pemasaran Islam*, 1(1), 109-123.
- Reskita A. 2022. "Apa Itu Grafik Permintaan? Ini 3 Faktor Perubahannya"
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistik*. Bandung: Tarsito Santoso, Singgih dan Tjiptono
- Wooldridge, J. M. (2016). *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. Cengage Learning.