



Analisis Elastisitas Harga dan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dan Mikro Islam

Zohya Azzura¹, Eka Christina Waruwu², Reni Ria Armayani Hasibuan³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Alamat: Jl. IAIN No. 1 Medan, Sumatera Utara, Indonesia, 20235

Korespondensi penulis: reniriaarmayani@uinsu.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze price elasticity and income elasticity of products by integrating perspectives from conventional economics and Islamic microeconomics. In conventional economics, price and income elasticity are used to understand consumer demand sensitivity to changes in price and income. Meanwhile, Islamic microeconomics adds an ethical dimension, such as the prohibition of israf (wastefulness) and the importance of balanced consumption. The findings indicate that elasticity analysis is crucial not only for business strategies and economic policies but also must incorporate Islamic economic principles to promote sustainable and ethical consumption. This study suggests that integrating Islamic microeconomic values in elasticity analysis can enrich the understanding of consumer behavior and foster more inclusive economic policies.*

Keywords: *Price elasticity, income elasticity, conventional economics, Islamic microeconomics, sustainable consumption.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis elastisitas harga dan elastisitas pendapatan produk dengan mengintegrasikan perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi mikro Islam. Dalam ekonomi konvensional, elastisitas harga dan pendapatan digunakan untuk memahami sensitivitas permintaan terhadap perubahan harga dan pendapatan konsumen. Sementara itu, ekonomi mikro Islam menambahkan dimensi nilai-nilai etis, seperti larangan israf (pemborosan) dan pentingnya konsumsi yang berimbang. Hasil kajian menunjukkan bahwa analisis elastisitas tidak hanya penting untuk strategi bisnis dan kebijakan ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi Islam untuk mendorong konsumsi yang berkelanjutan dan beretika. Penelitian ini menyarankan integrasi nilai ekonomi mikro Islam dalam analisis elastisitas dapat memperkaya pemahaman perilaku konsumen dan kebijakan ekonomi yang lebih inklusif.

Kata kunci: Elastisitas harga, elastisitas pendapatan, ekonomi konvensional, ekonomi mikro Islam, konsumsi berkelanjutan.

1. LATAR BELAKANG

Dalam ilmu ekonomi, elastisitas harga dan elastisitas pendapatan merupakan konsep fundamental yang digunakan untuk mengukur responsivitas permintaan terhadap perubahan harga dan pendapatan konsumen. Dalam pendekatan ekonomi konvensional, kedua jenis elastisitas ini menjadi instrumen penting untuk memahami perilaku konsumen, merumuskan strategi harga, serta menetapkan kebijakan fiskal dan moneter yang tepat sasaran. Permintaan yang elastis atau inelastis terhadap harga maupun pendapatan dapat memberikan implikasi signifikan terhadap volume penjualan, keseimbangan pasar, dan stabilitas ekonomi secara makro. Namun demikian, analisis elastisitas dalam ekonomi konvensional cenderung bersifat normatif dan berfokus pada efisiensi serta optimalisasi keuntungan, tanpa mempertimbangkan aspek moral dan etika dalam perilaku konsumsi. Dalam hal ini, pendekatan ekonomi mikro Islam menawarkan kerangka konseptual yang lebih komprehensif dengan memasukkan

dimensi nilai, seperti larangan israf (pemborosan), keadilan dalam distribusi, dan konsumsi yang seimbang sesuai maqashid syariah. Prinsip-prinsip ini mendorong perilaku konsumsi yang tidak hanya rasional secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan spiritual. Integrasi antara pendekatan ekonomi konvensional dan mikro Islam dalam analisis elastisitas menjadi penting, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan mempertimbangkan nilai-nilai Islam dalam analisis elastisitas, pengambilan keputusan ekonomi dapat diarahkan tidak hanya untuk mencapai efisiensi pasar, tetapi juga untuk menjaga keseimbangan sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep elastisitas harga dan pendapatan dalam kerangka ekonomi konvensional dan mikro Islam, serta mengeksplorasi potensi integrasinya dalam membentuk strategi konsumsi dan kebijakan ekonomi yang lebih beretika dan berkeadilan.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Elastisitas Harga dan Elastisitas Pendapatan dalam Ekonomi Konvensional

Elastisitas harga merupakan konsep fundamental dalam ekonomi mikro yang menggambarkan sensitivitas permintaan terhadap perubahan harga suatu barang atau jasa (Mankiw, 2014). Secara matematis, elastisitas harga dihitung sebagai persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga. Produk dengan elastisitas harga >1 dikategorikan elastis, sedangkan <1 termasuk inelastis. Produk elektronik, sebagai barang tahan lama, biasanya memiliki elastisitas harga yang relatif inelastis karena kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut cenderung stabil meskipun terjadi fluktuasi harga (Kotler & Keller, 2016).

Elastisitas pendapatan mengukur respon permintaan terhadap perubahan pendapatan konsumen. Produk dikategorikan sebagai barang normal jika elastisitas pendapatan positif dan barang inferior jika negatif (Samuelson & Nordhaus, 2010). Produk elektronik umumnya termasuk barang normal bahkan barang mewah, karena permintaan meningkat seiring dengan kenaikan pendapatan konsumen (Varian, 2010).

Analisis elastisitas harga dan pendapatan penting dalam menentukan strategi harga dan produksi oleh pelaku usaha serta kebijakan pemerintah dalam mengatur pasar dan menjaga kesejahteraan konsumen (Pindyck & Rubinfeld, 2012).

Prinsip Ekonomi Mikro Islam dalam Perilaku Konsumsi

Ekonomi mikro Islam menitikberatkan aspek etis dan sosial dalam perilaku konsumsi, berbeda dengan pendekatan konvensional yang lebih mengutamakan aspek ekonomi semata. Prinsip utama dalam ekonomi mikro Islam meliputi larangan israf (pemborosan) dan tabzir

(penghamburan), serta mendorong konsumsi yang seimbang dan bertanggung jawab (Chapra, 1992). Dalam Al-Quran dan Hadis, konsumsi yang berlebihan dilarang karena dapat merugikan individu dan masyarakat (Q.S. Al-A'raf:31).

Selain itu, ekonomi mikro Islam menekankan pentingnya niat dan tujuan konsumsi (maqasid al-shariah), yaitu untuk kemaslahatan dan kesejahteraan yang berkelanjutan (Siddiqi, 2006). Hal ini mendorong konsumen muslim untuk melakukan pembelian yang bermanfaat dan menghindari perilaku konsumtif yang hanya didorong oleh keinginan duniawi semata (Khan, 2013).

Integrasi Pendekatan Ekonomi Konvensional dan Mikro Islam

Menggabungkan ekonomi konvensional dengan mikro Islam dalam analisis elastisitas memperkaya perspektif dan pendekatan analitis. Pendekatan ekonomi konvensional menawarkan kerangka kuantitatif yang kuat untuk mengukur sensitivitas pasar, sedangkan ekonomi mikro Islam memberikan dimensi kualitatif yang menilai nilai-nilai moral dan sosial dalam konsumsi (Ahmed, 2010).

Integrasi ini penting untuk mengembangkan model ekonomi yang tidak hanya mengoptimalkan keuntungan dan efisiensi pasar, tetapi juga memperhatikan keadilan sosial dan keberlanjutan (Chapra, 2008). Misalnya, dalam menetapkan harga dan kebijakan produksi, pelaku usaha dan pembuat kebijakan dapat mempertimbangkan tidak hanya elastisitas permintaan, tetapi juga prinsip larangan pemborosan agar tercipta konsumsi yang bertanggung jawab.

Perilaku Konsumen dan Elastisitas dalam Konteks Modern

Perilaku konsumen modern, khususnya generasi milenial, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, perubahan sosial, dan nilai-nilai budaya yang semakin beragam (Anderson & Rainie, 2020). Dalam konteks ini, elastisitas permintaan produk elektronik dipengaruhi tidak hanya oleh faktor harga dan pendapatan, tetapi juga oleh preferensi gaya hidup, kesadaran lingkungan, dan nilai-nilai religius (Nair & Ghani, 2017).

Pendekatan ekonomi mikro Islam dapat menjadi kerangka yang relevan untuk memahami bagaimana konsumen muslim mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam keputusan pembelian, terutama dalam memilih produk yang halal dan tidak mubazir. Hal ini menjadi peluang dan tantangan bagi pelaku bisnis untuk menyelaraskan strategi pemasaran dan produk dengan prinsip etika Islam (Sulaiman & Yaacob, 2014).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan studi selanjutnya. Pertama, fokus penelitian masih terbatas pada analisis elastisitas harga dan pendapatan produk dari perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi

mikro Islam secara teoritis, tanpa disertai data empiris atau studi lapangan yang mendalam. Hal ini membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi hasil analisis ke konteks pasar nyata dengan karakteristik konsumen yang beragam.

Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Kedua, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel eksternal lain yang dapat memengaruhi elastisitas permintaan, seperti faktor budaya, sosial, dan perubahan teknologi, yang saat ini semakin berperan penting dalam perilaku konsumen modern. Selain itu, dinamika pasar digital dan perkembangan ekonomi syariah juga belum dieksplorasi secara komprehensif dalam konteks elastisitas.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data primer maupun sekunder dari berbagai sektor pasar. Penelitian lapangan dengan survei konsumen dan pelaku usaha dapat memberikan gambaran empiris yang lebih konkret mengenai perilaku elastisitas dari perspektif gabungan ekonomi konvensional dan mikro Islam. Selain itu, studi yang mengkaji pengaruh variabel eksternal seperti perubahan sosial, budaya, dan teknologi terhadap elastisitas akan sangat bermanfaat untuk memperkaya pemahaman dalam konteks ekonomi modern.

Lebih jauh, penelitian mendatang juga dapat memperluas cakupan dengan memasukkan analisis produk spesifik atau segmen konsumen tertentu, seperti konsumen muslim di berbagai negara, untuk melihat perbedaan perilaku dan nilai-nilai ekonomi mikro Islam yang lebih aplikatif. Pendekatan multidisipliner yang menggabungkan ekonomi, sosiologi, dan teologi Islam juga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam yang lebih holistik dan relevan dengan perkembangan zaman.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep elastisitas harga dan elastisitas pendapatan produk dari dua perspektif, yaitu ekonomi konvensional dan ekonomi mikro Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian lebih kepada pemahaman teori, prinsip, dan nilai-nilai yang memengaruhi perilaku konsumen serta pola permintaan dalam kerangka ekonomi mikro Islam sekaligus membandingkannya dengan ekonomi konvensional.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari literatur akademik, buku teks ekonomi mikro, jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta dokumen kebijakan yang relevan. Sumber data ini dipilih berdasarkan relevansi, keakuratan, dan kredibilitasnya, dengan preferensi terhadap literatur yang diterbitkan dalam 10 tahun terakhir

untuk menjaga kekinian informasi, meskipun beberapa literatur klasik tetap dijadikan rujukan untuk dasar teori fundamental.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka yang sistematis, dimulai dengan pencarian literatur di berbagai database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, dan ScienceDirect. Pemilihan literatur dilakukan dengan mempertimbangkan kata kunci utama seperti “price elasticity,” “income elasticity,” “Islamic microeconomics,” dan “consumer behavior.” Setelah terkumpul, literatur-literatur tersebut dianalisis secara mendalam untuk mengelompokkan konsep elastisitas harga dan pendapatan berdasarkan kerangka ekonomi konvensional dan mikro Islam.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-komparatif dengan cara mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara kedua perspektif ekonomi tersebut. Hasil telaah kemudian disintesis untuk membangun kerangka konseptual yang integratif, yang dapat merefleksikan pandangan ekonomi konvensional dan prinsip-prinsip ekonomi mikro Islam secara bersamaan. Implikasi teori terhadap perilaku konsumen, strategi bisnis, dan kebijakan ekonomi berkelanjutan juga dianalisis sebagai bagian dari proses interpretasi data.

Untuk menjaga validitas dan keandalan hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan menggunakan berbagai literatur yang saling mendukung dan berasal dari sumber yang kredibel. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak melibatkan pengumpulan data primer maupun analisis empiris, sehingga hasil yang diperoleh bersifat konseptual dan teoritis. Selain itu, penelitian ini tidak membedakan jenis produk elektronik atau segmen pasar tertentu, sehingga hasilnya bersifat umum dan perlu disesuaikan untuk aplikasi spesifik di lapangan.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data primer, seperti survei atau eksperimen pasar, agar dapat mengukur elastisitas secara empiris sekaligus memahami nilai-nilai ekonomi mikro Islam dalam perilaku konsumen secara lebih aplikatif dan kontekstual.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro Islam dalam Konteks Elastisitas Permintaan

Dalam memahami elastisitas permintaan dari perspektif ekonomi mikro Islam, terdapat beberapa prinsip utama yang memengaruhi perilaku konsumen dan pola konsumsi, antara lain:

1. Larangan Israf (Pemborosan)

Konsumsi yang berlebihan atau pemborosan dianggap tidak sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini membatasi konsumsi impulsif yang biasanya muncul akibat penurunan harga, sehingga permintaan cenderung lebih stabil dan inelastis.

2. Kewajiban Berinfak dan Berzakat

Sebagian pendapatan dialokasikan untuk kepentingan sosial dan agama, bukan hanya konsumsi pribadi. Hal ini mengurangi proporsi pendapatan yang digunakan untuk pembelian barang, sehingga elastisitas pendapatan terhadap konsumsi barang menjadi lebih rendah.

3. Konsumen Sebagai Amanah

Konsumen dipandang sebagai pemegang amanah dalam menggunakan sumber daya yang ada dengan bijak dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, keputusan membeli tidak semata-mata didorong oleh harga atau pendapatan, tetapi juga pertimbangan etis dan keberlanjutan.

4. Kehalalan dan Kebermanfaatan Produk

Produk yang sesuai dengan syariah (halal dan thayyib) menjadi preferensi utama konsumen muslim. Kepatuhan terhadap nilai ini menyebabkan permintaan produk halal kurang sensitif terhadap fluktuasi harga.

5. Keseimbangan antara Dunia dan Akhirat

Konsumen muslim diharapkan mengelola konsumsi dengan mempertimbangkan manfaat duniawi dan pahala akhirat. Ini membentuk pola konsumsi yang tidak hanya ekonomis tapi juga bermoral.

6. Larangan Riba dan Gharar

Dalam konteks transaksi dan harga, prinsip larangan riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian) mempengaruhi perilaku pasar dan struktur harga yang berkeadilan, sehingga elastisitas harga tidak hanya soal mekanisme pasar tapi juga prinsip keadilan.

Implikasi Penelitian terhadap Strategi Pemasaran dan Kebijakan Ekonomi Mikro Islam pada Konsumen Milenial

Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam konteks ekonomi mikro Islam serta perilaku konsumen milenial produk elektronik. Pelaku usaha dianjurkan mengintegrasikan nilai syariah dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen muslim milenial. Pembuat

kebijakan diharapkan mendukung regulasi sertifikasi halal dan edukasi konsumsi bertanggung jawab agar pasar produk elektronik berkembang secara berkelanjutan dan stabil.

Selain itu, penelitian ini membuka peluang bagi akademisi untuk mengembangkan model elastisitas permintaan yang menggabungkan prinsip ekonomi mikro Islam serta melakukan studi empiris lebih mendalam mengenai perilaku konsumen muslim milenial.

Implementasi implikasi ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pasar yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga berlandaskan nilai etika dan keberlanjutan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji elastisitas harga dan pendapatan produk elektronik pada konsumen milenial dalam perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi mikro Islam. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku konsumen milenial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti harga dan pendapatan, tetapi juga oleh nilai-nilai etika dan prinsip syariah yang melekat dalam ekonomi mikro Islam. Integrasi kedua perspektif ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika pasar produk elektronik di kalangan konsumen milenial muslim.

Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pelaku usaha untuk mengadopsi strategi pemasaran yang memperhatikan aspek halal dan keberlanjutan, serta perlunya dukungan kebijakan yang mengakomodasi prinsip-prinsip ekonomi mikro Islam untuk menciptakan pasar yang stabil dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini membuka peluang pengembangan studi lebih lanjut dalam bidang elastisitas permintaan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori dan praktik ekonomi yang berorientasi pada nilai etika dan keberlanjutan dalam konteks konsumen milenial produk elektronik.

6. DAFTAR REFERENSI

- Al-Ghazali, A. H. (2017). Economic ethics in Islam: The foundation of Islamic economics. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 45-60.
- Aziz, R. A., & Hashim, N. (2019). Price elasticity of demand for electronics products among millennials: A conventional and Islamic economic perspective. *International Journal of Economics and Management*, 13(1), 89-104.
- Khan, F., & Ahmad, M. (2018). Consumer behavior in Islamic microeconomics: A theoretical approach. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 547-560.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Rahman, S., & Abdullah, M. (2021). The role of halal certification in shaping consumer preferences in Muslim-majority countries. *Journal of Islamic Business and Management*, 11(1), 35-49.

- Suharto, B. (2019). Integrating Islamic values in marketing strategy: Evidence from electronic product industry in Indonesia. *Asian Journal of Business and Economics*, 9(1), 22-38.
- Widodo, A., & Hasan, Z. (2020). The impact of income elasticity on consumer spending: An Islamic economic approach. *International Journal of Islamic Economics*, 12(2), 102-117.