
ANALISIS PERMINTAAN PENAWARAN PRODUK MAKANAN TRADISIONAL DALAM MIKRO EKONOMI ISLAM PADA HOME INDUSTRY (STUDY KASUS UD PUTRA MANDIRI SNACK, KUTOREJO, MOJOKERTO)

¹Ainur Rochmah, ²Sukamto, ³Abdillah Mundir
^{1,2,3}Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan
Email: ¹rohmahainur743@gmail.com, ²sukamto@yudharta.ac.id,
³abdillahmundir@yudharta.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Permintaan,
Penawaran, Mikro
Ekonomi Islam.*

Cara Sitasi:

Penulis, Ainur Rochmah. "Analisis Permintaan Penawaran Produk Makanan Tradisional Dalam Mikro Ekonomi Islam Pada Home Industry (Study Kasus UD Putra Mandiri Snack, Kutorejo, Mojokerto)."

Currency:
Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah
[Volume 04, Nomor 02](#), Juni 2026

ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji permintaan dan penawaran produk makanan tradisional pada UD Putra Mandiri Snack serta menelaahnya berdasarkan perspektif mikroekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk makanan tradisional berupa arum manis, carang mas, dan keripik singkong mengalami peningkatan pada periode 2023–2025. Peningkatan permintaan dipengaruhi oleh harga yang relatif terjangkau, kualitas produk yang mampu mempertahankan minat konsumen, serta sistem distribusi yang menjangkau berbagai saluran pemasaran. Peningkatan permintaan tersebut diikuti dengan bertambahnya jumlah produksi sebagai bentuk penyesuaian produsen terhadap kebutuhan pasar. Selisih antara jumlah permintaan dan penawaran yang semakin kecil menunjukkan adanya kondisi pasar yang bergerak menuju keseimbangan. Dalam perspektif mikro ekonomi Islam, aktivitas permintaan dan penawaran yang dilakukan UD Putra Mandiri Snack telah mencerminkan prinsip keadilan (*adl*), keseimbangan (*tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), serta perilaku konsumsi yang tidak berlebihan (*Israf*). Dengan demikian, kegiatan usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

This study aims to analyze the demand and supply mechanisms of traditional food products at the Home Industry UD Putra Mandiri Snack located in Pandanrejo Hamlet, Simbaringin Village, Kutorejo District, Mojokerto Regency, and to examine their conformity with the principles of Islamic microeconomics. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. The data were collected through observation, interviews, and documentation. The findings revealed that the demand for traditional food products, namely arum manis, carang mas, and cassava chips, increased

during the 2023–2025 period. The increase in demand was influenced by relatively affordable prices, product quality that maintained consumer interest, and distribution systems reaching various marketing channels. The rising demand was followed by an increase in production capacity as a producer response to market needs. The decreasing gap between demand and supply indicates that market conditions were moving toward equilibrium. From the perspective of Islamic microeconomics, the demand and supply activities carried out by UD Putra Mandiri Snack reflect the principles of justice (adl), balance (tawazun), public benefit (maslahah), and moderate consumption behavior that avoids extravagance (Israf). Therefore, the business activities are not solely oriented toward profit achievement but also emphasize ethical values and social responsibility in accordance with Islamic economic principles.

Pendahuluan

Industri makanan tradisional berbasis rumah tangga (*home industry*) merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perekonomian masyarakat pada level usaha mikro di Indonesia. Sektor ini tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan, tetapi juga menjadi bagian dari upaya mempertahankan eksistensi produk lokal di tengah perkembangan pasar modern yang semakin kompetitif. Dalam konteks ekonomi kerakyatan, keberadaan usaha kecil memiliki kontribusi dalam memperkuat struktur ekonomi masyarakat melalui aktivitas produksi berbasis potensi lokal (Aini, 2020). UD Putra Mandiri Snack yang berlokasi di Dusun Pandanrejo, Desa Simbaringin, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak pada produksi makanan tradisional seperti arum manis, carang mas, dan keripik singkong. Dalam operasionalnya, usaha ini tidak terlepas dari dinamika mekanisme pasar yang ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran.

Secara teoritis, permintaan dan penawaran merupakan instrumen utama dalam pembentukan harga dan keseimbangan pasar. Permintaan menunjukkan jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu, sedangkan penawaran menunjukkan jumlah barang yang disediakan oleh produsen. Interaksi keduanya akan menghasilkan titik keseimbangan pasar (Faqih Supandi et al., 2024).

Dalam konteks usaha mikro, permintaan dipengaruhi oleh harga, selera konsumen, dan distribusi produk, sedangkan penawaran dipengaruhi oleh biaya produksi, ketersediaan bahan baku, serta kemampuan produksi pelaku usaha (Aini, 2020).

Dalam perspektif mikro ekonomi Islam, aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada aspek keuntungan material, tetapi juga harus berlandaskan nilai-nilai syariah seperti keadilan (*adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*maslahah*). Aktivitas transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan (*antaradin*). Sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa [4]: 29,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka (antaradin) di antara kamu"

serta bebas dari unsur penipuan, paksaan, dan ketidakadilan. Selain itu, Islam juga mengatur perilaku konsumsi agar tidak berlebihan (*Israf*) serta mendorong produksi barang yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat (Masfufah & Sukamto, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mekanisme permintaan dan penawaran dalam perspektif ekonomi Islam pada dasarnya memiliki kesamaan dengan teori ekonomi konvensional, namun terdapat perbedaan mendasar pada aspek etika dan nilai moral yang membatasi perilaku pelaku ekonomi (Elvira, 2015). Selain itu, kajian lain menunjukkan bahwa dalam praktik usaha mikro, penerapan prinsip ekonomi Islam seperti keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan dapat mendukung keberlanjutan usaha serta menciptakan keseimbangan antara kepentingan produsen dan konsumen (Rahayu, 2024).

Namun demikian, pada praktiknya pelaku usaha mikro masih menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan modal, serta ketidakseimbangan antara permintaan dan kapasitas produksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mekanisme pasar pada usaha kecil belum sepenuhnya stabil dan masih dipengaruhi oleh faktor eksternal yang kompleks (Sari et al., 2025). Selain itu, pemahaman pelaku usaha terhadap penerapan prinsip mikro ekonomi Islam dalam aktivitas produksi dan penetapan harga masih relatif terbatas, sehingga praktik ekonomi seringkali hanya mengikuti mekanisme pasar tanpa mempertimbangkan aspek etika syariah secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai permintaan dan penawaran pada usaha mikro yang tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga dari perspektif mikro ekonomi Islam. Penelitian ini menjadi penting karena memberikan gambaran empiris mengenai implementasi teori permintaan dan penawaran dalam konteks usaha makanan tradisional berbasis nilai syariah.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan dan penawaran produk makanan tradisional pada Home Industry UD Putra Mandiri Snack serta mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip mikro ekonomi Islam. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengkajian aktivitas permintaan dan penawaran pada usaha makanan tradisional melalui pendekatan mikroekonomi Islam, dengan menekankan keterkaitan antara praktik usaha yang dijalankan dan penerapan nilai-nilai syariah dalam lingkungan usaha mikro di wilayah pedesaan.

Landasan Teori

1. Permintaan (*Demand*)

Permintaan merupakan konsep penting dalam kajian mikroekonomi yang menjelaskan keterkaitan antara kebutuhan konsumen dan barang atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tersebut di pasar. Permintaan tidak hanya dimaknai sebagai keinginan untuk memiliki suatu barang, tetapi juga harus disertai kemampuan serta kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian berdasarkan harga yang berlaku pada suatu periode pengamatan tertentu. Dengan demikian, permintaan mencerminkan perilaku rasional konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi berdasarkan kemampuan ekonomi yang dimiliki. Dalam teori ekonomi, permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga

barang, tingkat pendapatan, selera konsumen, harga barang yang berfungsi sebagai substitusi maupun pelengkap, serta persepsi konsumen mengenai kemungkinan perubahan kondisi pasar pada masa yang akan datang (Simatupang et al., 2025).

Secara teoritis, hukum permintaan menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang bersifat negatif antara harga dan jumlah barang yang diminta. Ketika harga mengalami kenaikan, jumlah barang yang diminta cenderung menurun. Sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan, jumlah barang yang diminta cenderung meningkat dengan anggapan bahwa faktor-faktor lain yang memengaruhi permintaan tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Hubungan tersebut terjadi karena konsumen berusaha mengalokasikan pendapatannya secara efisien untuk memperoleh tingkat kepuasan yang maksimal. Oleh sebab itu, perubahan harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku permintaan dalam pasar (Venny & Asriati, 2022).

Selain dipengaruhi harga, permintaan juga ditentukan oleh preferensi konsumen terhadap suatu produk. Dalam perkembangannya, preferensi masyarakat tidak hanya didasarkan pada aspek kebutuhan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk, tren konsumsi, hingga persepsi manfaat yang diperoleh konsumen dari barang yang dibeli. Faktor pendapatan turut menentukan besar kecilnya daya beli masyarakat, sebab peningkatan pendapatan pada umumnya akan meningkatkan kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap barang normal. Dengan demikian, permintaan merupakan hasil interaksi kompleks antara kemampuan ekonomi dan perilaku konsumsi masyarakat dalam pasar (Arisma et al., 2023).

Dalam ekonomi mikro, permintaan dapat dijelaskan melalui fungsi permintaan yang menunjukkan hubungan matematis antara harga dan jumlah barang yang diminta. Secara umum fungsi permintaan dirumuskan sebagai berikut:

$$Q_d = a - bP$$

Keterangan:

Q_d = jumlah barang yang diminta

P = harga barang

a = konstanta

b = koefisien perubahan permintaan

Fungsi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan jumlah permintaan bersifat berbanding terbalik. Ketika harga naik maka jumlah permintaan menurun, sedangkan ketika harga turun jumlah permintaan meningkat. Konsep ini kemudian divisualisasikan dalam bentuk kurva permintaan yang memiliki kemiringan menurun dari kiri atas ke kanan bawah (Makin et al., 2023).

Dalam perspektif mikro ekonomi Islam, konsep permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga dibatasi oleh nilai moral dan ketentuan syariah. Konsumen Muslim diarahkan untuk melakukan konsumsi secara seimbang, tidak berlebihan (*Israf*), serta hanya mengonsumsi barang yang halal dan memberikan kemanfaatan (*thayyib*). Prinsip tersebut ditegaskan dalam firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا

“Wahai manusia, makanlah dari apa yang halal lagi baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam tidak hanya berorientasi pada kepuasan material, tetapi juga mempertimbangkan aspek spiritual dan keberkahan. Oleh karena itu, permintaan dalam ekonomi Islam tidak semata-mata bertujuan memenuhi keinginan individu, melainkan diarahkan pada terciptanya kemaslahatan dan keseimbangan dalam kehidupan masyarakat. (Ningsih & Siregar, n.d.)

2. Penawaran (*Supply*)

Penawaran dapat diartikan sebagai sejumlah barang atau jasa yang siap dan mampu disediakan oleh produsen untuk dipasarkan kepada konsumen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu. Dalam teori ekonomi mikro, penawaran mencerminkan perilaku produsen dalam merespons perubahan harga pasar guna memperoleh keuntungan. Semakin tinggi harga suatu barang, produsen cenderung meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan karena potensi laba yang lebih besar. Sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan maka jumlah barang yang ditawarkan juga cenderung berkurang. Hubungan tersebut dikenal sebagai hukum penawaran yang menunjukkan hubungan positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan (Zuwardi et al., 2023).

Aktivitas penawaran tidak hanya dipengaruhi oleh harga jual produk, tetapi juga oleh berbagai faktor produksi lainnya seperti biaya bahan baku, tingkat upah tenaga kerja, teknologi produksi, kebijakan pemerintah, hingga jumlah produsen yang beroperasi di pasar. Ketika biaya produksi meningkat, produsen cenderung mengurangi jumlah output karena keuntungan yang diperoleh menjadi lebih kecil. Sebaliknya, perkembangan teknologi dapat meningkatkan efisiensi produksi sehingga jumlah barang yang ditawarkan mengalami peningkatan. Dengan demikian, penawaran merupakan hasil interaksi antara kondisi pasar dan kemampuan produsen dalam mengelola faktor produksi secara efektif (Prasetyo et al., 2025).

Dalam ekonomi mikro, penawaran dijelaskan melalui fungsi penawaran yang menunjukkan hubungan matematis antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Fungsi penawaran secara umum dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Q_s = c + dP$$

Keterangan:

Q_s = jumlah barang yang ditawarkan

P = harga barang

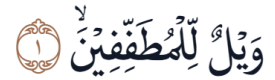
c = konstanta

d = koefisien perubahan penawaran

Fungsi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan jumlah penawaran bersifat positif atau searah. Kenaikan harga akan mendorong produsen meningkatkan jumlah barang yang diproduksi dan ditawarkan di pasar. Sebaliknya, penurunan harga menyebabkan produsen mengurangi jumlah penawaran karena keuntungan yang diperoleh menjadi lebih rendah. Kurva penawaran yang dihasilkan dari fungsi tersebut umumnya bergerak naik dari kiri bawah ke kanan atas sebagai bentuk visualisasi hukum penawaran (Rani Yunita Sari Sagala et al., 2024).

Dalam perspektif ekonomi Islam, penawaran tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral dan ibadah kepada Allah SWT. Produsen Muslim dituntut untuk menjalankan aktivitas produksi secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Barang yang diproduksi harus memenuhi prinsip *halalan thayyiban* serta tidak mengandung unsur yang dilarang syariat.

Prinsip tersebut selaras dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1:



“Celakalah bagi orang-orang yang curang.”

Ayat tersebut menegaskan larangan melakukan kecurangan dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam proses produksi dan penawaran barang di pasar. Oleh karena itu, produsen Muslim tidak diperbolehkan melakukan praktik penimbunan (*ihhtikar*), manipulasi harga, maupun pengurangan kualitas barang demi memperoleh keuntungan sepihak (Yulia, 2019).

Penawaran dalam ekonomi Islam juga diarahkan pada terciptanya kemaslahatan masyarakat secara luas. Aktivitas produksi tidak hanya bertujuan memperoleh laba, tetapi juga harus mampu memberikan manfaat sosial melalui penyediaan barang yang berkualitas, membuka lapangan pekerjaan, serta menjaga keseimbangan distribusi ekonomi di masyarakat. Dengan demikian, konsep penawaran dalam Islam memiliki dimensi moral dan spiritual yang lebih luas dibandingkan konsep ekonomi konvensional yang hanya berorientasi pada maksimalnya keuntungan (Anggraini et al., 2025).

3. Mikro Ekonomi Islam

Mikro ekonomi Islam merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku individu maupun unit usaha dalam melakukan aktivitas ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang berfokus pada pencapaian keuntungan material semata, mikro ekonomi Islam menempatkan nilai moral, keadilan, dan keberkahan sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi. Dengan demikian, setiap keputusan ekonomi baik dalam kegiatan konsumsi, produksi, maupun distribusi harus selaras dengan ketentuan syariat Islam dan bertujuan menciptakan kesejahteraan dunia serta akhirat (*falah*) (Ashari et al., 2024).

Landasan utama dalam ekonomi mikro Islam adalah prinsip tauhid yang menegaskan bahwa seluruh sumber daya pada hakikatnya merupakan amanah dari Allah SWT. Manusia diposisikan sebagai khalifah yang bertanggung jawab mengelola sumber daya tersebut secara adil dan bertanggung jawab. Oleh sebab itu, perilaku ekonomi dalam Islam tidak boleh mengandung unsur kezaliman, eksploitasi, maupun tindakan yang merugikan masyarakat. Aktivitas ekonomi dipandang sebagai bagian dari ibadah.

Dalam implementasinya, ekonomi mikro Islam dibangun atas beberapa prinsip dasar seperti kejujuran (*shiddiq*), tanggung jawab (*amanah*), keadilan (*‘adl*), serta keseimbangan (*tawazun*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman bagi produsen maupun konsumen dalam melakukan interaksi ekonomi di pasar. Konsumen diarahkan untuk melakukan konsumsi secara wajar dan tidak berlebihan, sedangkan produsen diwajibkan memproduksi barang yang halal, berkualitas, serta tidak merugikan masyarakat. Dengan demikian, mekanisme pasar dalam Islam tidak hanya mengejar efisiensi ekonomi, tetapi juga menjaga nilai moral dan kemaslahatan sosial (Nikmatul Husna & Husni Thamrin, 2021).

Ekonomi mikro Islam juga menolak berbagai praktik ekonomi yang bertentangan dengan syariah seperti riba, gharar, maysir, penimbunan barang, dan manipulasi pasar. Praktik-praktik tersebut dianggap merusak keseimbangan pasar serta menimbulkan ketidakadilan dalam distribusi ekonomi. Oleh karena itu, sistem ekonomi Islam menekankan pentingnya transparansi, keterbukaan informasi, dan kerelaan antar pihak

(*an-taradin*) dalam setiap transaksi ekonomi. Prinsip tersebut bertujuan menciptakan pasar yang sehat, adil, dan berkelanjutan bagi seluruh pelaku ekonomi (Basari et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, teori mikro ekonomi Islam digunakan sebagai landasan untuk menganalisis aktivitas permintaan dan penawaran pada Home Industry UD Putra Mandiri Snack. Melalui pendekatan tersebut, penelitian tidak hanya melihat mekanisme pasar dari aspek ekonomi semata, tetapi juga menilai sejauh mana aktivitas usaha yang dijalankan telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keseimbangan, kejujuran, dan kemaslahatan bagi masyarakat sekitar (Zainuddin & Nuryadin, 2024).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus untuk memahami secara mendalam fenomena permintaan dan penawaran makanan tradisional pada Home Industry UD Putra Mandiri Snack dalam perspektif mikro ekonomi Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman makna, perilaku, serta dinamika sosial-ekonomi yang terjadi secara alamiah di lingkungan usaha. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama yang terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data di lapangan (Maghfur et al., 2022).

Lokasi penelitian dilaksanakan di Home Industry UD Putra Mandiri Snack yang berlokasi di Dusun Pandanrejo, Desa Simbaringin, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha tersebut merupakan industri rumah tangga yang bergerak di bidang produksi makanan tradisional dan memiliki aktivitas permintaan serta penawaran yang relevan dengan kajian mikro ekonomi Islam.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, serta melalui observasi langsung terhadap proses produksi, penetapan harga, dan aktivitas penjualan produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumentasi usaha, dan berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian (Sulung & Muspawi, 2024).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai aktivitas produksi dan distribusi produk makanan tradisional yang dijalankan oleh perusahaan. Wawancara dilakukan guna menggali informasi secara mendalam terkait aktivitas permintaan dan penawaran serta implementasi prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan usaha. Sementara itu, dokumentasi dimanfaatkan sebagai sumber data pendukung yang meliputi catatan produksi, data penjualan, serta berbagai dokumen lain yang relevan dengan kebutuhan penelitian (Jailani, 2023).

Data yang terkumpul dianalisis secara bertahap melalui proses penyederhanaan data, penyusunan informasi secara sistematis, dan penarikan makna dari temuan penelitian. Tahapan tersebut dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai aktivitas permintaan dan penawaran pada UD Putra Mandiri Snack Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode dengan

membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Rijali, 2018). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Nursapia, 2020).

Hasil Penelitian

1. Permintaan dan Penawaran Produk pada UD Putra Mandiri Snack

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas permintaan dan penawaran pada UD Putra Mandiri Snack mengalami perkembangan yang positif selama periode 2023–2025. Produk yang menjadi fokus penelitian meliputi arum manis, carang mas, dan keripik singkong sebagai produk utama yang diproduksi dan dipasarkan oleh perusahaan. Data yang diperoleh melalui dokumentasi penjualan dan produksi menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan baik pada sisi permintaan maupun penawaran, yang mengindikasikan bahwa produk makanan tradisional yang dihasilkan masih memiliki tingkat penerimaan yang baik di pasar.

Tabel 1. Data Permintaan dan Penawaran Produk UD Putra Mandiri Snack Tahun 2023–2025

<i>Tahun</i>	<i>Produk</i>	<i>Permintaan (Unit)</i>	<i>Penawaran (Unit)</i>
2023	Arum Manis	12.000	13.500
	Carang Mas	9.500	9.000
	Keripik Singkong	16.000	17.000
2024	Arum Manis	15.500	15.000
	Carang Mas	10.000	10.500
	Keripik Singkong	18.500	18.000
2025	Arum Manis	17.000	16.500
	Carang Mas	11.500	12.000
	Keripik Singkong	20.000	19.500

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh produk mengalami peningkatan jumlah permintaan selama tiga tahun pengamatan. Produk keripik singkong merupakan produk dengan tingkat permintaan tertinggi dibandingkan produk lainnya. Jumlah permintaan keripik singkong meningkat dari 16.000 unit pada tahun 2023 menjadi 20.000 unit pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa produk ini memiliki daya tarik yang kuat di kalangan konsumen, baik dari segi cita rasa, harga, maupun kemudahan memperoleh produk melalui berbagai saluran distribusi.

Peningkatan permintaan juga terjadi pada produk arum manis dan carang mas. Permintaan arum manis meningkat dari 12.000 unit pada tahun 2023 menjadi 17.000 unit pada tahun 2025, sedangkan carang mas meningkat dari 9.500 unit menjadi 11.500 unit pada periode yang sama. Meskipun jumlah permintaan carang mas relatif lebih rendah dibandingkan produk lainnya, tren peningkatan yang terjadi menunjukkan bahwa produk tersebut tetap memiliki pangsa pasar yang stabil dan mampu mempertahankan konsumennya.

Meskipun secara tahunan permintaan menunjukkan tren peningkatan, hasil wawancara dan dokumentasi perusahaan menunjukkan bahwa permintaan produk tidak selalu berada pada kondisi yang stabil. Pada periode tertentu terjadi fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh daya beli masyarakat, kondisi pasar, serta faktor musiman seperti bulan Ramadan, Hari Raya Idulfitri, dan musim liburan. Pada periode tersebut permintaan cenderung meningkat, sedangkan pada bulan-bulan biasa permintaan relatif lebih rendah. Namun demikian, fluktuasi yang terjadi tidak mengubah kecenderungan umum bahwa permintaan produk UD Putra Mandiri Snack terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Dari sisi penawaran, UD Putra Mandiri Snack juga menunjukkan peningkatan kapasitas produksi yang sejalan dengan pertumbuhan permintaan. Penawaran keripik singkong meningkat dari 17.000 unit pada tahun 2023 menjadi 19.500 unit pada tahun 2025. Penawaran arum manis meningkat dari 13.500 unit menjadi 16.500 unit, sedangkan carang mas meningkat dari 9.000 unit menjadi 12.000 unit pada periode yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa produsen melakukan penyesuaian produksi sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan pasar.

Fluktuasi permintaan yang terjadi pada periode tertentu juga berpengaruh terhadap jumlah penawaran yang dilakukan perusahaan. Untuk menjaga ketersediaan produk, perusahaan melakukan penyesuaian kapasitas produksi sesuai dengan perkembangan permintaan pasar. Dengan demikian, peningkatan penawaran yang terjadi selama periode penelitian tidak hanya dipengaruhi oleh target produksi perusahaan, tetapi juga merupakan respons terhadap perubahan kebutuhan konsumen yang bersifat dinamis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menyesuaikan jumlah produksi dengan kebutuhan pasar. Peningkatan permintaan yang terjadi diikuti oleh peningkatan jumlah penawaran sehingga ketersediaan produk tetap dapat terjaga. Dengan demikian, aktivitas produksi yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah output, tetapi juga mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan sesuai dengan kapasitas produksi yang dimiliki.

2. Permintaan dan Penawaran Produk UD Putra Mandiri Snack dalam Perspektif Mikro Ekonomi Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas permintaan dan penawaran pada UD Putra Mandiri Snack tidak hanya dapat dijelaskan melalui teori ekonomi konvensional, tetapi juga memiliki relevansi dengan prinsip-prinsip mikroekonomi Islam. Dalam ekonomi

Islam, kegiatan konsumsi dan produksi tidak semata-mata ditujukan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan nilai kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha makanan tradisional perlu menjaga kualitas produk, kontinuitas bahan baku, serta melakukan perencanaan produksi yang adaptif terhadap fluktuasi permintaan pasar. Selain itu, penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam aktivitas usaha dapat menjadi strategi untuk menjaga keberlanjutan usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Dari sisi permintaan, peningkatan jumlah pembelian terhadap produk arum manis, carang mas, dan keripik singkong menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki manfaat dan nilai guna bagi konsumen. Produk tersebut merupakan makanan tradisional yang dikonsumsi secara luas oleh masyarakat dan tidak bertentangan dengan prinsip kehalalan. Dalam perspektif mikroekonomi Islam, permintaan terhadap suatu barang seharusnya didasarkan pada kebutuhan yang memberikan manfaat (*maslahah*), bukan semata-mata pada dorongan konsumsi yang berlebihan. Oleh karena itu, meningkatnya permintaan terhadap produk UD Putra Mandiri Snack dapat dipahami sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumsi yang sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam.

Dari sisi penawaran, peningkatan jumlah produksi yang dilakukan perusahaan menunjukkan adanya upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan. Perusahaan tidak melakukan pembatasan produksi untuk menciptakan kelangkaan barang ataupun memperoleh keuntungan secara tidak wajar. Sebaliknya, perusahaan berupaya menjaga ketersediaan produk agar kebutuhan pasar tetap terpenuhi. Praktik tersebut mencerminkan nilai keadilan dalam kegiatan ekonomi karena produsen menjalankan aktivitas usahanya tanpa merugikan pihak lain serta tetap memperhatikan kepentingan konsumen.

Peningkatan jumlah produksi yang dilakukan perusahaan juga menunjukkan adanya upaya menjaga keseimbangan antara kemampuan produksi dan kebutuhan pasar. Dalam perspektif ekonomi Islam, keseimbangan (*tawazun*) merupakan prinsip yang penting untuk menciptakan aktivitas ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. Keseimbangan tersebut tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan jumlah produksi dengan perkembangan permintaan konsumen sehingga ketersediaan produk tetap terjaga.

Selain itu, keberadaan UD Putra Mandiri Snack memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar. Perusahaan memanfaatkan bahan baku lokal yang berasal dari hasil pertanian masyarakat serta menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar. Aktivitas tersebut menunjukkan adanya nilai kemaslahatan (*maslahah*) yang menjadi salah satu tujuan utama dalam ekonomi Islam. Dengan demikian, usaha yang dijalankan tidak hanya memberikan keuntungan kepada pemilik usaha, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas permintaan dan penawaran pada UD Putra Mandiri Snack telah mencerminkan prinsip-prinsip mikroekonomi Islam. Permintaan muncul karena adanya kebutuhan terhadap produk yang halal

dan bermanfaat, sedangkan penawaran dilakukan melalui proses produksi yang adil, bertanggung jawab, dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Hubungan keduanya menunjukkan adanya keseimbangan yang semakin baik sehingga aktivitas ekonomi yang berlangsung tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga mengandung nilai kemanfaatan sosial (*socially beneficial*) yang sejalan dengan tujuan ekonomi Islam.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran produk pada UD Putra Mandiri Snack mengalami peningkatan selama periode 2023–2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa produk makanan tradisional yang dihasilkan masih memiliki tingkat penerimaan yang baik di masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa makanan tradisional tetap memiliki peluang pasar yang cukup besar meskipun harus bersaing dengan berbagai produk makanan ringan modern yang terus berkembang.

Dalam teori mikroekonomi, permintaan merupakan jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli konsumen pada periode tertentu, sedangkan penawaran merupakan jumlah barang yang bersedia dan mampu diproduksi oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan permintaan yang terjadi pada UD Putra Mandiri Snack diikuti oleh peningkatan jumlah penawaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu menyesuaikan aktivitas produksinya dengan perkembangan kebutuhan konsumen sehingga ketersediaan produk tetap terjaga.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perkembangan permintaan bersifat dinamis dan mengalami fluktuasi pada periode-periode tertentu. Fluktuasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kondisi pasar, daya beli masyarakat, serta momentum musiman seperti bulan Ramadan, Hari Raya Idulfitri, dan musim liburan. Meskipun demikian, secara keseluruhan permintaan produk tetap menunjukkan tren peningkatan yang positif selama periode penelitian. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk makanan tradisional yang dihasilkan masih memiliki tingkat penerimaan yang baik di kalangan konsumen.

Tingginya permintaan keripik singkong dibandingkan produk lainnya dapat dipengaruhi oleh karakteristik produk yang lebih praktis dikonsumsi, memiliki cita rasa yang familiar bagi masyarakat, harga yang relatif terjangkau, serta jangkauan pasar yang lebih luas dibandingkan produk tradisional lainnya. Sementara itu, produk arum manis dan carang mas juga menunjukkan peningkatan permintaan yang mengindikasikan bahwa makanan tradisional masih memiliki pangsa pasar yang cukup baik di masyarakat.

Peningkatan permintaan yang terjadi selama periode penelitian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor musiman, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang relatif konsisten, cita rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen, harga yang terjangkau, serta kemudahan memperoleh produk melalui berbagai saluran pemasaran. Faktor-faktor tersebut menjadi alasan mengapa produk UD Putra Mandiri Snack tetap diminati oleh konsumen meskipun persaingan dalam industri makanan ringan semakin meningkat.

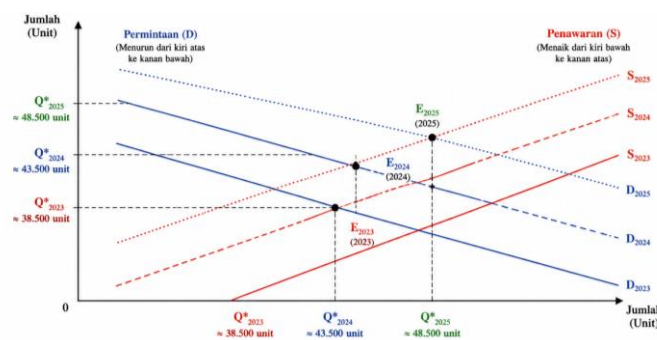
Secara empiris, permintaan terhadap produk UD Putra Mandiri Snack cenderung bersifat relatif inelastis, karena meskipun terjadi perubahan kondisi pasar dan fluktuasi

permintaan pada periode tertentu, jumlah permintaan secara keseluruhan tetap menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsumen tetap melakukan pembelian karena produk telah dikenal luas, memiliki harga yang terjangkau, serta didukung oleh adanya pelanggan tetap yang loyal.

Dari sisi penawaran, peningkatan jumlah produksi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam merespons perkembangan kebutuhan pasar. Ketersediaan bahan baku lokal serta dukungan tenaga kerja yang memadai menjadi faktor yang mendukung keberlangsungan produksi. Dengan demikian, peningkatan penawaran tidak hanya dipengaruhi oleh tingginya permintaan, tetapi juga oleh kesiapan faktor-faktor produksi yang dimiliki perusahaan.

Hubungan antara permintaan dan penawaran tersebut dapat dilihat melalui kurva keseimbangan pasar yang menunjukkan adanya pergeseran kurva permintaan dan kurva penawaran ke arah kanan selama periode penelitian.

Gambar 1. Kurva Permintaan dan Penawaran UD Putra Mandiri Snack Tahun 2023–2025



Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa kurva permintaan dan kurva penawaran sama-sama mengalami pergeseran ke arah kanan selama periode 2023–2025. Pergeseran tersebut menunjukkan adanya peningkatan aktivitas pasar yang ditandai dengan bertambahnya jumlah barang yang diminta dan ditawarkan. Titik keseimbangan kuantitas menunjukkan kecenderungan meningkat dari tahun ke tahun seiring bertambahnya jumlah permintaan dan penawaran, yang mengindikasikan bahwa perusahaan semakin mampu menyesuaikan kapasitas produksinya dengan kebutuhan konsumen. Konsep keseimbangan pasar dalam penelitian ini dipahami sebagai kondisi ketika jumlah permintaan semakin mendekati jumlah penawaran. Meskipun penelitian tidak menggunakan variabel harga sebagai dasar analisis, data menunjukkan bahwa pada tahun 2024 dan 2025 selisih antara permintaan dan penawaran semakin kecil dibandingkan tahun sebelumnya. Secara teoritis kondisi tersebut digambarkan melalui persamaan $Q_d = Q_s$, yaitu ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Dalam penelitian ini keseimbangan belum tercapai secara sempurna, namun telah mendekati kondisi equilibrium. Sebagai contoh, pada tahun 2025 selisih antara permintaan dan penawaran produk keripik singkong maupun arum manis hanya sebesar

500 unit. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan semakin mampu menyesuaikan volume produksi dengan kebutuhan pasar sehingga risiko kelebihan maupun kekurangan stok dapat diminimalkan.

Selain itu, secara empiris permintaan terhadap produk UD Putra Mandiri Snack cenderung bersifat relatif inelastis karena tetap menunjukkan tren peningkatan meskipun terjadi fluktuasi kondisi pasar pada periode tertentu. Di sisi lain, perusahaan menunjukkan respons yang baik terhadap perkembangan permintaan melalui penyesuaian kapasitas produksi secara bertahap. Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme pasar pada UD Putra Mandiri Snack berlangsung secara dinamis dan adaptif, di mana peningkatan permintaan diikuti oleh peningkatan penawaran sehingga kondisi pasar semakin mendekati keseimbangan kuantitas.

Temuan penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui perspektif mikro ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam, permintaan tidak hanya didasarkan pada keinginan untuk mengonsumsi suatu barang, tetapi juga mempertimbangkan aspek kebutuhan dan kemanfaatan (*maslahah*). Produk yang dihasilkan oleh UD Putra Mandiri Snack berupa keripik singkong, arum manis, dan carang mas merupakan produk yang halal dan bermanfaat sehingga peningkatan permintaannya dapat dipahami sebagai bentuk konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah. Konsumsi dalam Islam tidak hanya bertujuan memenuhi kepuasan individu, tetapi juga harus memperhatikan nilai kebermanfaatan dan menghindari perilaku berlebihan (*Israf*).

Dari sisi penawaran, peningkatan produksi yang dilakukan perusahaan menunjukkan adanya upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara berkelanjutan. Dalam ekonomi Islam, produsen tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan praktik penimbunan barang (*ihthikar*) maupun pembatasan produksi untuk menciptakan kelangkaan pasar. Sebaliknya, peningkatan jumlah penawaran dilakukan sebagai respon terhadap meningkatnya permintaan konsumen. Kondisi ini mencerminkan prinsip keadilan (*adl*) dalam aktivitas ekonomi karena produsen berusaha memenuhi kebutuhan konsumen secara proporsional tanpa merugikan pihak lain.

Peningkatan jumlah produksi yang dilakukan perusahaan juga menunjukkan adanya upaya menjaga keseimbangan antara kemampuan produksi dan kebutuhan pasar. Dalam perspektif ekonomi Islam, keseimbangan (*tawazun*) merupakan prinsip yang penting untuk menciptakan aktivitas ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. Keseimbangan tersebut tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan jumlah produksi dengan perkembangan permintaan konsumen sehingga ketersediaan produk tetap terjaga.

Selain itu, aktivitas usaha UD Putra Mandiri Snack memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar. Penggunaan bahan baku lokal dan penyerapan tenaga kerja menunjukkan adanya nilai kemaslahatan (*maslahah*) dalam kegiatan usaha yang dijalankan. Dengan demikian, aktivitas permintaan dan penawaran yang terjadi tidak hanya

menghasilkan keuntungan ekonomi bagi perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat.

Temuan ini memperlihatkan bahwa aktivitas permintaan dan penawaran pada UD Putra Mandiri Snack tidak hanya dapat dijelaskan melalui teori mikroekonomi, tetapi juga mencerminkan implementasi nilai-nilai ekonomi Islam yang menekankan keadilan (*'adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*maslahah*) dalam aktivitas ekonomi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, permintaan dan penawaran produk makanan tradisional pada UD Putra Mandiri Snack menunjukkan perkembangan yang dinamis selama periode 2023–2025. Dinamika tersebut tercermin dari adanya fluktuasi permintaan dan penawaran yang dipengaruhi oleh kondisi pasar, daya beli masyarakat, serta faktor musiman. Meskipun demikian, secara keseluruhan permintaan terhadap produk aum manis, carang mas, dan keripik singkong menunjukkan tren peningkatan yang positif. Peningkatan permintaan tersebut diikuti oleh peningkatan penawaran melalui penyesuaian kapasitas produksi sesuai kebutuhan konsumen. Secara empiris, permintaan produk cenderung relatif inelastis karena tetap mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sedangkan penawaran menunjukkan kemampuan penyesuaian terhadap perkembangan permintaan pasar sehingga selisih antara keduanya semakin kecil dan mengarah pada kondisi keseimbangan kuantitas.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik usaha yang dijalankan UD Putra Mandiri Snack telah sejalan dengan nilai-nilai dasar ekonomi Islam, terutama prinsip keadilan (*'adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*maslahah*). Nilai-nilai tersebut tercermin dalam upaya perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen melalui peningkatan produksi yang dilakukan secara bertanggung jawab tanpa praktik yang merugikan pihak lain. Permintaan muncul terhadap produk yang halal dan bermanfaat, sedangkan penawaran dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan pasar secara proporsional. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan, aktivitas usaha yang dijalankan juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat melalui penggunaan bahan baku lokal dan penyerapan tenaga kerja, sehingga menciptakan kemaslahatan yang lebih luas bagi lingkungan sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, R. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen, Produsen, dan Pasar dalam Islam pada Masyarakat Ria*. 1(2), 213–229.
- Anggraini, R., Anisa, R. D., Putriani, E., Rahmawati, L., Prasetyo, A., & Hidayati, A. N. (2025). Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(12), 1032–1039. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i12.3727>
- Arisma, A., Qamaruddin, M. Y., & Rajiman, W. (2023). Analisis determinan permintaan masyarakat Kota Palopo terhadap jasa pengiriman paket pos pada PT Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(7), 118–135.
- Ashari, D., Nisrohah, & Panorama, M. (2024). Etika bisnis dalam ekonomi mikro Islam. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 271–284. <https://doi.org/10.62138/jsii.v2i2.62>
- Basari, A. F. Z., Nisa, V. M. A. N., Arnella, M. D., & Hidayati, A. N. (2022). *Konsep Mekanisme Pasar Dalam Islam*. 5(1), 132–140.

- Elvira, R. (2015). *Teori Permintaan*. 15, 47–60.
- Faqih Supandi, A., Hifniyah Agustin, M., Dhani Umbara, B., & Nurul Hidayati, H. (2024). *Permintaan Dan Penawaran pada Pasar Tradisional Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tanjung Kabupaten Jember)*. 6(1), 141–154.
- Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Maghfur, I., Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Karwanto, Supriyono, Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Sofiyana, M. S., & Sulistiana, D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Hayat (ed.)). Unisma Press.
- Makin, A., El Muna, N., & Ashlihah, A. (2023). Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional. *Istismar*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.32764/istismar.v6i01.3425>
- Masfufah, M., & Sukamto. (2023). *Analisis permintaan dan Penawaran Sari Apel UD . Kholifah Kopwan Yasmin Desa Andonosari Pasuruan dalam Mikro Ekonomi Islam*. 112–131. <https://doi.org/10.35891/muallim.v5i1.3593>
- Nikmatul Husna, & Husni Thamrin. (2021). Konsep Mikro Ekonomi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4(2), 43–51. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2021.vol4\(2\).8516](https://doi.org/10.25299/syarikat.2021.vol4(2).8516)
- Ningsih, D. W., & Siregar, K. H. (n.d.). *Analisis Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro dalam Konsep Permintaan Menurut Perspektif Islam : Suatu Kajian Studi Pustaka*. 14, 295–308.
- Nursapia, H. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF*. Wal ashri Publishing.
- Prasetyo, E. B., Putra, P. P., & Zefriyenni. (2025). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran: Tinjauan Literatur*. 6(6), 9662–9671.
- Rahayu, A. P. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Home Industry : Studi Pada Putra Sabar Group Wringinanom Gresik. *Interdisciplinary Journal of Economics*, 1(1), 54–70. <https://jurnalfebi.uinsa.ac.id/index.php/turath/article/view/1859>
- Rani Yunita Sari Sagala, Winona Keysadli, Verani Sinurat, & Khairani Alawiyah Matondang. (2024). Literature Review : Analisis Fungsi Penawaran dalam Ekonomi Mikro. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 133–144. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3597>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17(33), 81–95.
- Sari, M. N., Wismayarni, R., & Zefriyenni. (2025). *Analisis Konseptual Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro : Sebuah Studi Literatur*. 5(3), 6908–6917.
- Simatupang, M. Y. N., Tanjung, M. Q., & Harahap, M. A. H. (2025). *KONSEP PERMINTAAN, PENAWARAN DAN KESEJAHTERAAN PASAR*. 9(3), 1–7.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, TERSIER*. 5(September), 110–116.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). *Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro*.
- Yulia, Z. (2019). Teori penawaran islami. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1(02), 276–286.
- Zainuddin, & Nuryadin, M. B. (2024). Konsep Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro Islam: Perspektif Fiqh Muamalah. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2), 2024–2035. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Maro>
- Zuwardi, Syahrin, A., Rayana, M. I. R., Mainaki, H., & Bilal, M. (2023). Analisis Teori Permintaan, Penawaran, Dan Harga Menurut Pandangan Ibnu Khaldun. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 13204–13215.