

# **PENGARUH KONDISI PANDEMI PADA PERMINTAAN PASAR FAST FOOD**

Asma'ul Chusnah (191020700110)

Teknik Industri / 2-B2 Fakultas SAINTEK

Universitas Muhammdiyah Sidoarjo

Email : [chusnahasmaul6@gmail.com](mailto:chusnahasmaul6@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Pasar adalah suatu keadaan yang didalamnya ada proses interaksi dimana penjual dan pembeli melakukan kesepakatan menentukan harga sebuah barang dan jasa. Kebebasannya dalam bertransaksi pada mekanisme harga memang sudah dianggap baik oleh Islam namun tetap dalam anggapan konteks yang wajar tanpa adanya keterkaitan apapun guna mendorong efisiensi. Pembentukan harga pada suatu produk dilakukan melalui mekanisme pasar dengan mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya adalah biaya produksi. Harga juga dibentuk berdasarkan permintaan konsumen akan produk tersebut dengan tetap berpatokan pada hukum permintaan yang berlaku. Hukum permintaan yang memiliki sifat bertolak belakang antara tingkat permintaan dengan penetapan harga sama-sama menguntungkan bagi pihak konsumen dan produsen tergantung kondisi yang mereka hadapi. Pada kondisi pandemi yang telah ditetapkan WHO pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk tidak melakukan aktivitas berlebihan diluar ruangan dan menghimbau kepada masyarakat untuk tetap di rumah saja membuat masyarakat menyetok kebutuhan pokok mereka terutama pangan. Hal ini menjadikan keuntungan bagi perusahaan sektor pangan untuk membuat mekanisme harga pasar berpihak pada mereka. Jumlah permintaan yang tinggi terhadap produk makanan terutama jenis fast food membuat perusahaan banjir orderan yang berakibat pada harga yang ditetapkan. Walaupun fast food tidak terlalu baik jika dikonsumsi berlebihan, namun masyarakat cenderung memilih makanan jenis ini sebagai stok kebutuhan pangan karena dinilai memiliki kelebihan dari segi penyimpanan dan pengolahannya yang mudah.

Kata kunci : Pasar, Mekanisme pasar, Hukum Permintaan, Pandemi, Fast food

## PENDAHULUAN

### 1. Pasar

Pasar adalah suatu proses interaksi dimana penjual dan pembeli melakukan kesepakatan dalam menentukan harga sebuah barang maupun jasa. Menurut Philip Kotler pasar terdiri dari konsumen/pembeli yang memiliki potensial memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan memiliki suatu barang tersebut. Dahl dan Hammond, memberikan pengertian pasar sebagai lingkungan atau tempat yang memiliki kekuatan dalam melakukan permintaan dan penawaran yang berguna untuk menentukan harga suatu barang sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang atau jasa.

Pasar juga diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan interaksi guna memperjual belikan barang-barang yang mereka dagangkan dengan harga yang sudah ditentukan oleh pihak penjual. Para ahli ekonomi menyebutkan bahwa pasar adalah sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk dengan harga tertentu. Sedangkan dalam manajemen pemasaran pasar itu terdiri dari pelanggan yang memiliki kebutuhan atau keinginan untuk memiliki suatu barang sehingga memiliki daya beli yang potensial untuk melakukan suatu pembelian untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Pasar merupakan aktivitas penjual dan pembeli dalam pembentukan nilai dari suatu barang yang dilakukan dengan mekanisme yang telah ditentukan. Mekanisme pasar terjadi dengan sendirinya secara otomatis tanpa adanya ikut serta campur tangan dari orang lain. Mekanisme pasar dapat memberikan informasi akurat tentang harga-harga suatu barang dan juga informasi mengenai permintaan dari barang tersebut. Pasar juga memancing stimulus pengusaha untuk dapat melakukan perkembangan pada kegiatan produksi mereka dengan melakukan berbagai inovasi dan kreasi karena diperkirakan kondisi pasar akan mengalami perkembangan pesat seiring berjalannya waktu sesuai dengan perkembangan teknologi yang juga mulai canggih dan kapasitas penduduk yang juga mempengaruhi berkembangnya pasar. Sehingga sistem ini akan memberi dampak positif kepada masyarakat dengan menjadikan kebebasan dalam hal perdagangan.

Islam sudah mengakui kebebasan dalam bertransaksi pada mekanisme harga untuk mendorong efisiensi, tetapi islam tidak beranggapan bahwa kekuatan pasar menjadi hal yang sakral. Diperlukannya operasi pasar guna menyeimbangkan usaha-usaha secara sosial

produktif, dihapuskannya eksploitasi serta memberikan bantuan kepada pihak yang dalam kondisi tidak mampu atau lemah. Maka dari itu, diperlukannya tanggung jawab pemerintah untuk memberikan jaminan terlaksananya sistem mekanisme ini. Pemerintah dapat menggunakan kekuasaannya untuk menindaak lanjuti jaminan kesejahteraan warga negaranya sebagai wujud terealisasinya kegiatan perekonomian yang beroperasi secara optimal sebagaimana fiungsinya dalam melakukan kebijakan yang baik guna mensukung keberhasilan suatu mekanisme pasar.

Pada dasarnya pasar dibagi menjadi dua, yakni pasar tradisional dan pasar modern. Pasra tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam suatu lingkup secara langsung atau biasa disebut tatap muka. Bangunanya biasanya terdiri dari kios-kios kecil sampai besar dengan posisi los dan pelataran yang terbuka. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang transaksi jual belinya tidak terjadi dengan tidak tatap muka. Pembeli hanya bisa melihat harga dari label atau barcode yang tercantum pada barang. Bangunanya biasanya berupa gedung dengan pelayana yang dilakukan oleh satu orang yang disebut pramuniaga.

## 1.1 Jenis Pasar

### 1.1.1. Dilihat dari Bentuk Kejadiannya

#### a) Pasar Nyata

Sebuah pasar yang terdapat berbagai jenis barang secara nyata yang diperjual belikan secara langsung serta dapat dibeli oleh konsumen.

Contoh : Swalayan dan pasar tradisional.

#### b) Pasar Abstrak

Sebuah pasar diamana pembeli tidak bisa melakukan tawar menawar jenis barangyang dijual serta proses pembelian tidak dilakukan secara langsung, namun cara transaksi hanya dilakukan dengan surat dangang saja.

Contoh : Online shop, pasar modal, pasar saham, dan pasar valuta asing.

### 1.1.2 Dilihat dari Bentuk Transaksi

#### a) Pasar Tradisonal

Pasar tradisional adalah pasar yang masih menerapkan prinsip budaya jaman dahulu dimana penjual dan pembelinya bisa berinteraksi dengan tatap muka seperti kegiatan menwar barang yang dijual oleh

pedagang. Barang-barang yang diperjual belikan mayoritas adalah barang-barang kebutuhan primer untuk kehidupan sehari-hari.

b) Pasar Modern

Pasar modern sudah menerapkan teknologi masa kini dimana tidak ada interaksi langsung antara penjual dengan pembeli. Harga yang ditawarkan sudah pas dan tidak ada kegiatan tawar menawar. Pelayanan juga dilakukan dengan mandiri oleh seorang pramuniaga. Tempat yang biasanya terdapat pasar modern adalah di plaza, mall dan tempat semi modern lainnya.

1.1.3 Dilihat dari Bentuk dan Strukturnya

a). Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna disebut juga pasar persaingan murni. Barang yang dijual di pasar ini beraifat homogen atau tidak bisa dibedakan. Hanya asal produsen dari barang tersebut yang berperan sebagai pembeda antara barang satu dan barang lainnya tanpa mempengaruhi harga. Pasar ini terdapat banyak penjual dan pembeli yang keadaannya sudah diketahui oleh mereka.

b ). Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Kebalikan dari pasar persaingan sempurna, pasar jenis ini penjualnya lebih sedikit daripada pembelinya. Harga dari suatu barang pun ditentukan oleh penjualnya sendiri. Barang-barang yang diperjual belikan pun banyak jenisnya.

c) Pasar Persaingan Monopolistik

Merupakan pasar yang terdapat banyak penjual yang memperdagangkan barang-barang yang sama dan serupa dalam hal fungsi namun berbeda dari segi aspek dan kualitasnya. Penjual pada pasar monopolistik sangay banyak, namun pada setiap barang yang

dijual memiliki karakter dan kemampuan tersendiri yang membedakannya dari barang yang dijual oleh pedagang lain.

d) Pasar Oligopoli

Pasar jenis ini persaingannya tidak sempurna, penjualnya hanya beberapa namun pembelinya yang cukup banyak. Barang yang diperdagangkan lebih homogen namun terdiferensiasi yaitu dapat saling menggantikan jika pada produsen yang lain sedang tidak tersedia (bersifat substitusi walau tidak sempurna).

2. Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar adalah proses penentuan harga dari suatu barang berdasarkan tingkatan penawaran dan permintaan dari konsumen. Pengertian lain dari mekanisme pasar adalah proses berubahnya harga dari suatu barang untuk menyeimbangkan sistem pasar sehingga jumlah penawaran bisa sama dengan jumlah permintaan. Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan dari setiap individu untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa sebagaimana yang ia inginkan.

Mekanisme pasar berjalan atas dasar saling membutuhkan antara konsumen-konsumen (demand) dan produsen-produsen (supply) yang bertemu di dalam lingkup jual beli. Proses tersebut membentuk suatu harga dari barang dan faktor yang mempengaruhi produksinya.

Harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar pada dasarnya memiliki keleluasaan dalam penentuannya yang didasari oleh hukum penawaran dan permintaan. Jika supply lebih naik daripada demand, maka harga suatu barang akan rendah. Sebaliknya jika demand mengalami peningkatan sementara supplynya terbatas, maka barang akan mengalami kelangkaan yang menyebabkan harga barang tersebut menjadi mahal.

Mekanisme pasar yang berjalan secara rapi dan sesuai alurnya mempengaruhi berhasilnya kondisi seimbang antara permintaan dan penawaran, yakni kondisi aman dimana tidak ada stok berlebih dan kurang. Hal itu menyebabkan barang yang disupply dalam periode tertentu akan sama dengan permintaan konsumen akan barang tersebut. Kondisi ini disebut mekanisme pasar yang dinilai aman karena keseimbangan terbentuk.

3. Permintaan ( Demand)

Permintaan (demand) adalah suatu hasrat keinginan konsumen untuk memiliki suatu barang dengan cara membelinya pada tingkat harga tertentu yang beragam.

Permintaan ada dua yakni, permintaan efektif dan tidak efektif. Yang dimaksud permintaan efektif adalah konsumen yang melakukan permintaan memiliki kemampuan untuk membeli. Sedangkan permintaan tidak efektif adalah konsumen melakukan permintaan namun tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut. Karena permintaan berhubungan dengan kemampuan konsumen untuk membeli, maka dari sinilah harga dari suatu barang akan terbentuk.

Jumlah permintaan akan sangat dipengaruhi oleh harga barang, sehingga dibentuklah yang namanya hukum permintaan.

#### 4. Hukum Permintaan

Hukum permintaan menerangkan hubungan antara permintaan konsumen dengan harga barang yang ditawarkan. Hukum permintaan menyatakan, “ semakin rendah harga dari suatu barang dan jasa, maka semakin banyak permintaan akan barang dan jasa tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga dari suatu barang dan jasa, maka semakin sedikit permintaan dari konsumen akan barang dan jasa tersebut”.

Hukum permintaan memiliki keterkaitan yang menyimpang, yaitu permintaan dan penawaran yang tidak seimbang. Seperti yang telah dijelaskan oleh hukum permintaan bahwa jika harga dari suatu produk melonjak maka permintaan akan produk tersebut akan sepi dan jika harga dari produk menurun maka permintaan konsumen akan produk tersebut akan melonjak.

Dimisalkan harga dari suatu barang adalah simbol  $P$ , dan permintaan dari suatu barang adalah simbol  $Q$ . Maka dapat dirumuskan jika awalnya harga  $P_1$ , maka permintaan barang adalah  $Q_2$ . Namun, ketika harga barang menjadi  $P_2$  maka permintaan akan naik pada  $Q_1$ . Hal ini mengakibatkan melonjaknya permintaan dari suatu barang dari  $Q_2$  menjadi  $Q_1$  yang biasanya disebut sikap rasional dari pembeli, yaitu apabila harga barang mengalami kenaikan maka mereka akan meminimalisirkan kebutuhan mereka terhadap barang tersebut. Begitupun sebaliknya, jika harga barang mengalami penurunan mereka akan meningkatkan tingkat pemakaiannya.

#### 5. Jenis Permintaan

##### 5.1. Permintaan Absolut (Absolut Demand)

Permintaan yang bersifat mutlak dalam arti permintaan yang dapat dilakukan oleh semua kalangan pembeli baik yang memiliki potensi daya beli ataupun tidak sama sekali.

## 5.2. Permintaan Efektif (Effektive Demand)

Permintaan yang tidak bersifat mutlak sehingga tidak semua kalangan mampu melakukan permintaan jenis ini. Hanya kalangan masyarakat yang mempunyai kemampuan daya beli yang bisa melakukan permintaan jenis ini. Permintaan jenis ini sangat efektif untuk mendukung keberhasilan pasar dalam menyeimbangkan jual beli.

## 6. Faktor-Faktor yang mempengaruhi permintaan

### a) Harga barang yang bersangkutan

Harga dan jumlah permintaan adalah sesuatu yang bersifat menyimpang dan bertolak belakang. Karena jika harga naik, maka permintaan akan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika harga turun, maka permintaan akan mengalami peningkatan. Secara spesifik pengaruh harga terhadap jumlah permintaan dapat diurai sebagai berikut :

#### 1) Efek Substitusi

Efek ini dapat diartikan bahwa jika suatu barang mengalami kenaikan harga, maka hal tersebut dapat membuat konsumen untuk beralih pada jenis barang lain yang dapat menggantikan posisi barang tersebut namun tetap memiliki fungsi yang sama. Akibatnya supply barang tersebut akan menurun karena konsumen lebih memilih menggunakan barang penggantinya.

#### 2) Efek Pendapatan

Efek ini dipengaruhi oleh jumlah pendapatan yang diperoleh konsumen. Jika harga suatu barang melonjak naik namun pendapatan konsumen juga tidak ikut naik, maka kemampuan daya beli konsumen terhadap barang tersebut akan menurun. Konsumen akan meminimalisir penggunaannya terhadap barang tersebut dikarenakan barang yang dapat dibeli hanya sedikit dengan jumlah penghasilan yang tetap.

### b) Pendapatan Konsumen

Faktor ini sedikit mirip dengan efek pendapatan namun tak sama. Faktor ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan dari konsumen. Bila suatu barang memiliki nilai

rendah dimata konsumen maka apabila barang tersebut mengalami kenaikan harga maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun dikarenakan tingkat pendapatan konsumen yang tetap. Sebaliknya, jika suatu barang dianggap memiliki nilai normal, maka permintaan konsumen ikut mengalami kenaikan.

Penyebab hal ini adalah ketika pendapatan konsumen tidak dapat mencapai target konsumsi, maka konsumen akan memilih membeli barang yang memiliki kualitas yang biasa saja. Sebaliknya, jika pendapatan konsumen mengalami kenaikan maka konsumen akan lebih memilih untuk membeli barang yang memiliki kualitas lebih baik karena mempertimbangkan dari segi keawetan barang tersebut.

c) Selera dan Prefensi Konsumen

Kesukaan konsumen terhadap suatu jenis barang juga mempengaruhi tingkat permintaan dari barang tersebut. Apabila suatu barang memiliki daya tarik untuk membuat konsumen memiliki selera untuk memilikinya, maka permintaan jumlah barang tersebut akan mengalami kenaikan.

d) Ekspektasi

Ekspektasi konsumen terkait harga dan ketersediaan barang di masa yang akan datang, serta kemungkinan hadirnya barang yang serupa dengan harga yang berbeda juga akan mempengaruhi permintaan barang tersebut dimasa kini. Jika konsumen memiliki harapan pesimis terhadap harga suatu barang dimasa yang akan datang memberi perusahaan dampak positif karena konsumen akan berlomba-lomba mengisi stok barang untuk dimasa yang akan datang disebabkan kekhawatiran mereka tentang tidak akan adanya barang pengganti. Namun jika konsumen memiliki pemikiran optimis akan ketersediaannya barang dimasa yang akan datang, konsumen akan lebih santai dalam melakukan permintaan barang tersebut dimasa sekarang.

e) Masalah (Utility)

Faktor jenis ini tergantung dari tingkat keimanan masing-masing orang. Konsumen dengan tingkat keimanan yang biasa-biasa saja tidak akan terlalu mempertimbangkan manfaat dan keberkahan dari suatu barang. Barang tersebut dinilai baik ketika sesuai dengan apa yang mereka inginkan, sehingga dalam konsumen jenis ini akan lebih mengutamakan hasrat yang hanya sekedar ingin memiliki daripada dari sudut kegunaan barang tersebut. Berbeda dengan konsumen yang memiliki tingkat



keimanan yang lebih tinggi, mereka akan mempertimbangkan tingkat keberkahan dan manfaat dari barang yang akan mereka miliki. Jika suatu barang dinilai tidak terlalu berpengaruh pada kehiduannya, maka konsumen jenis ini akan mengkesampingkan hasratbinhin memilikinya karena ia akan membeli barang berdasarkan nilai faedahnya.

## 1. Fast Food

Fast Food / makanan siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dan dilayankan dengan cepat. Sementara makanan apapun yang dapat disiapkan dengan segera dapat disebut *makanan siap saji*, biasanya istilah ini merujuk kepada makanan yang dijual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas rendah dan dilayankan kepada pelanggan dalam sebuah bentuk paket untuk dibawa pergi.

Makanan cepat saji biasanya juga berupa makanan yang pengolahannya dinilai cepat dan dapat bertahan beberapa hari dalam kondisi tertentu. Salah satunya adalah makanan yang berbentuk frozen (beku), seperti daging sapi, daging ayam, seafood atau makanan olahan dari daging lainnya.

*Frozen food* adalah salah satu alternatif pangan yang baik bagi kebutuhan protein, baik itu protein hewani maupun protein Nabati dalam tubuh kita. Kita ambil contoh yaitu produk nugget. Saat ini sudah ada produk nugget yang terbuat dari sayur-sayuran serta nugget buah-buahan. Mungkin masih seperti aneh bagi orang awam, tetapi karena adanya permintaan pasar yang cukup tinggi, maka produsen nugget daging (sapi atau ayam) mulai mengembangkan jenis produknya dengan menambahkan bahan baku yang berupa sayur-sayuran sehingga dapat disebut nugget sayur.

Makanan beku juga didefinisikan sebagai makanan yang dibekukan pada suhu tertentu dengan tujuan untuk mengawetkan makanan hingga berhari-hari atau sampai berbulan-bulan tergantung jenis makanannya. Pembekuan dapat memperlambat dekomposisi dengan dapat mengubah kadar air yang tersisa menjadi es dan menghambat pertumbuhan sebagian besar spesies bakteri.

Freezer adalah lemari pembeku atau ruangan pembeku yang digunakan untuk menyimpan makanan dalam keadaan beku dengan minimal suhu  $-18^{\circ}\text{C}$  sehingga makanan dapat digunakan sewaktu-waktu jika dibutuhkan. Untuk sayuran, buah, serta kebanyakan daging bisa disimpan lebih dari 1 tahun tapi tentu kondisinya tidak akan fresh seperti saat

pertama kali membeli. Untuk daging babi, sausages, ikan serta seafood, butter dan cheese bisa selama 6 bulan dalam freezer.

Hal-hal yang harus perlu diperhatikan saat menyimpan bahan dalam freezer:

1. Suhu harus dijaga agar dapat selalu dibawah  $-18^{\circ}\text{C}$ .
2. Bahan – bahan tertentu yang mempunyai masa expired, harus diperhatikan waktunya walaupun disimpan dalam keadaan beku.
3. Freezer bisa berfungsi sebagai Blast Chiller yaitu mendinginkan makanan panas dengan cepat.
4. Kebanyakan bahan makanan beku bisa langsung diolah atau dimasak. Tapi bahan makanan seperti Unggas serta daging mentah harus melalui proses Thawing (pencairan) terlebih dahulu. Proses thawing bisa dilakukan dengan cara : dialiri dengan air bersih dingin yang mengalir, ditaruh dalam refrigerator, atau didefrost menggunakan microwave.

## PEMBAHASAN

Baru-baru ini dunia sedang digemparkan dengan adanya wabah virus Covid-19 yang kabarnya bisa menular dengan cepat dari manusia satu ke manusia yang lainnya. Hal ini menyebabkan WHO menetapkan virus ini menjadi status pandemi, yaitu suatu penyakit yang sudah menyebar ke berbagai wilayah dengan cepat proses penularannya. Pandemi tidak menunjukkan seberapa luas wilayah penyebarannya namun dari seberapa cepat proses penularannya.

Guna mengantisipasi proses penyebarannya pemerintah juga mengambil berbagai tindakan yang dihimbaikan kepada masyarakat. Salah satunya *social distancing* dimana masyarakat dilarang untuk berkumpul dalam kerumunan bahkan untuk menjaga diri agar tidak tertular. Masyarakat juga dihimbau untuk menjaga jarak minimal satu meter dengan orang lain. Hal ini menyebabkan aktivitas masyarakat untuk diluar rumah menjadi dibatasi. Banyak orang yang dianjurkan bekerja bukan belajar dari rumah agar tidak melakukan aktivitas diluar yang dianggap bisa dengan cepat menjadi media penularan virus ini.

Sosial distancing ini juga mempengaruhi perubahan sistem pasar ekonomi permintaan dari suatu barang. Dalam kondisi ini konsumen akan lebih memilih untuk tidak membeli barang-barang yang dianggapnya kurang begitu penting karena aktivitas mereka pun dibatasi.

Saat ini permintaan pasar untuk barang-barang yang menunjang guna menghadapi pandemi ini meningkat tajam, seperti masker, sabun cuci tangan, sarung tangan, hand sanitizer, tak terkecuali fast food (makanan cepat saji).

Beberapa perusahaan makanan olahan berjenis frozen food mengalami pelonjakan permintaan sangat tajam. Disaat perusahaan lain mengalami sepi orderan, perusahaan makanan olahan malah menjadi perusahaan yang sedang beroperasi untuk menghasilkan barang diatas kapasitas produksi biasanya. Apalagi dengan adanya dukungan dari pemerintah yang menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di sektor makanan adalah garda kedua setelah tim medis dan aparat Negara dalam penanggulangan wabah ini.

Perusahaan makanan olahan sudah tidak perlu melakukan banyak penawaran kepada konsumen karena saat ini konsumen memang sedang membutuhkan makanan jenis ini. Hal ini menyebabkan grafik permintaan pasar dari makanan olahan ini bergerak naik. Perusahaan memproduksi untuk memenuhi stok gudang dan orderan dari konsumen lokal daerah maupun luar daerah.

Fast food (makanan cepat saji) saat ini mengalami pelonjakan permintaan hingga 3 kali lipat dari biasanya. Hal ini disebabkan karena fast food dianggap bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama dan proses penyajiannya yang cepat dan tidak ribet membuat konsumen memilih makanan jenis ini untuk menjadi salah satu kebutuhan utama yang harus tersedia ditengah kondisi pandemi ini.

## KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai melonjaknya tingkat permintaan terhadap fast food ditengah kondisi pandemi ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang bergerak di sektor pangan terutama makanan cepat saji menjadi salah satu konteks yang penting dan sangat dibutuhkan guna mencukupi kebutuhan pangan masyarakat yang sedang menjalani kegiatan yang dilakukan di rumah saja. Hal ini dikarenakan fast food adalah makanan yang selain memiliki rasa yang enak dan cocok di lidah semua kalangan fast food juga termasuk produk makanan yang sangat mudah didapatkan dimana saja dan cara penyajiannyapun juga dianggap tidak terlalu rumit dengan masa penyimpanan yang cukup lama dalam kondisi tertentu, sehingga masyarakat memilih makanan jenis ini untuk menjadi stok kebutuhan pangan mereka yang bisa dikonsumsi kapanpun saat yang dikehendaki. Dari segi perekonomian, tentunya situasi ini menjadi keuntungan bagi perusahaan karena perusahaan tidak perlu melakukan penawaran secara lebih guna memasarkan produknya karena sudah pasti masyarakat akan datang dengan sendirinya untuk melakukan permintaan dan membeli produknya. Faktor ini termasuk dalam faktor permintaan yang dilihat dari kebutuhan dan espektasi konsumen yang beranggapan bahwa produk fast food ini akan mengalami kelonjakan harga dan kelangkaan barang karena dibutuhkan dan dicari oleh banyak orang. Namun, permintaan produk fast food akan menjadi tidak seimbang untuk pendapatan konsumen ditingkat menengah kebawah karena rata-rata harga dari produk fast food berada di range menengah keatas. Seandainya apapun rasa dari fast food dan semudah apapun cara penyajiannya, fast food bukanlah makanan yang baik bagi kesehatan maka dari itu tidak disarankan untuk berlebihan mengkonsumsi makanan jenis ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Samri Juliati Nasution, Yenni. 2018. Jurnal Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan.

Irawan, Mul. 2015. Jurnal Mekansime Pasar Islami Dalam Konteks Idealita Dan Realita. Universitas Kutai Negara (UNIKARTA).

Wijayati, Hasna. 17 Februari 2019. Prinsip Mekanisme Pasar Permintaan dan Penawaran. <https://portal-ilmu.com/prinsip-mekanisme-pasar/>. Diakses pada tanggal 7 April 2020

Jagad.id. Pasar Persaingan Tidak Sempurna : Pengertian, Ciri, Jenis dan Contoh. <https://jagad.id/pasar-persaingan-tidak-sempurna/>. Diakses pada tanggal 9 April 2020.

Materi pertanian. 7 Desember 2018. Pengertian Frozen Food, Ciri, dan Contohnya Produknya. <https://dosenpertanian.com/pengertian-frozen-food/>. Diakses pada 12 April 2020

Wikipedia. Makanan siap saji. [https://id.wikipedia.org/wiki/Makanan\\_siap\\_saji](https://id.wikipedia.org/wiki/Makanan_siap_saji). Diakses pada tanggal 12 April 2020

Rahmawati, Dina. 20 Maret 2020. COVID-19 Ditetapkan Sebagai Pandemi, Apa Artinya?. <https://www.sehatq.com/artikel/covid-19-ditetapkan-sebagai-pandemi-apa-artinya>. Diakses pada tanggal 13 April 2020.