

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Teori Permintaan

Karena permintaan sangat mempengaruhi jumlah produksi yang akan dihasilkan ketika harga bergejolak, dan permintaan ini mungkin berdampak pada perekonomian dalam waktu dekat, ada banyak teori yang mempelajari teori permintaan. Stabilitas ekonomi jangka pendek dapat dicapai melalui studi teori permintaan dan variabel yang mempengaruhi permintaan oleh para ekonom. (Mankiw & Gregory, 2003).

Jika harga suatu produk atau jasa naik, konsumen akan menginginkan lebih sedikit. Hal ini dikenal sebagai “permintaan” atau “teori permintaan” dalam ilmu ekonomi. Jika harga suatu produk atau jasa naik, konsumen akan membeli lebih sedikit, dan jika harga turun, mereka akan membeli lebih banyak. Jika harga suatu barang naik, konsumen akan membeli lebih sedikit sesuai hukum permintaan. (Sukirman, 2010).

Menurut teori ekonomi yang dikenal sebagai “Teori Permintaan”, permintaan konsumen adalah penentu utama harga pasar. Hipotesis ini memperkirakan bahwa ketika permintaan konsumen meningkat, harga produk juga harus meningkat. Namun jika permintaan turun, harga juga akan turun.

Harga pasar yang naik atau berlebihan awalnya mendorong penurunan permintaan karena konsumen khawatir melakukan pembelian dalam jumlah besar. Ketika konsumen kehilangan minat terhadap suatu produk, perusahaan yang bertanggung jawab memproduksinya (produsen) kemungkinan besar akan menurunkan harganya.

Teori permintaan juga hadir dalam ekonomi Islam. Ekonomi Islam berpendapat bahwa semua keputusan ekonomi manusia harus selalu mempertimbangkan standar moral dan agama, atau Syariah, setiap saat.

Menurut Ibnu Taimiyyah, ungkapan raghbah fil sya'i yang dapat diartikan banyaknya barang yang diinginkan, menggambarkan permintaan terhadap suatu barang, yaitu keinginan terhadap sesuatu. Iqtishad (penghematan, ekonomi) adalah frasa yang digunakan dalam Al-Qur'an yang berarti "menengah" atau "moderat" dalam bahasa Arab. Artinya, seorang Muslim yang menjalankan ekonomi Islam diharuskan membuat asumsi tertentu tentang perekonomian. Untuk menyebutkan beberapa asumsi ini:

a) Jangan berlebihan atau membuang uang.

Penjelasannya terdapat dalam surat Al-Israa. (lihat surat al-israa ayat 26-27). “Seorang muslim diminta untuk mengambil sebuah sikap moderat dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya. Atau dalam arti lain tidak boleh israf (royal, berlebih-lebihan), akan tetapi juga tidak boleh pelit (bukhl).”

b) “Jangan konsumsi barang yang haram (mengkonsumsilah barang yang halal dan thayyib).

Konsumsi seorang muslim dibatasi kepada barang-barang yang halal dan thayyib” (QS. Al- baqarah ayat 75). Pasar produk haram sebenarnya tidak ada. Namun menurut prinsip ekonomi Islam, barang-barang yang dilarang untuk dikonsumsi manusia tidak memiliki nilai moneter dan tidak dapat diperdagangkan. (Muawanah, 2017). Selain itu adapun QS Al-Baqarah ayat 168:

SU يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ - ١٦٨

Artinya: “Wahai manusia, makanlah Sebagian (makanan) dibumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”

Makna ayat diatas yaitu, Allah SWT telah jelas memerintahkan manusia untuk memakan apa yang halal sehingga makanan yang dianggap haram oleh syariat hendaknya untuk ditinggalkan.

Istilah "permintaan" mengacu pada jumlah produk yang akan dijual di pasar tertentu dengan harga tertentu. Ketika pelanggan mempunyai kebutuhan akan produk dan sarana untuk membayarnya, maka permintaan baru akan tercipta. Perbedaan antara permintaan efektif dan permintaan prospektif terletak pada sejauh mana masing-masing permintaan didukung oleh daya beli aktual. Kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian didasarkan pada dua faktor utama: pendapatan mereka dan harga barang yang ingin mereka beli. (Sarnowo & Sunyoto, 2013).

Ada pemahaman unik tentang "permintaan" dalam ekonomi Islam. Ibnu Taimiyyah mendefinisikan permintaan sebagai kerinduan terhadap suatu barang yang diinginkan atau jumlah barang yang dicari. Seperti halnya ekonomi tradisional, ekonomi Islam juga memperhitungkan permintaan. Sederhananya, jika menyangkut urusan ekonomi, masyarakat pada umumnya, dan umat Islam pada khususnya, mempunyai aturan-aturan tertentu yang harus mereka ikuti. (Muawanah, 2017).

Produk harus halal atau thayyib agar dapat dikonsumsi oleh umat Islam. Betapapun buruknya keadaan, menurut pedoman diet Islam, umat Islam dilarang mengonsumsi makanan haram. Seorang Muslim diperbolehkan untuk menelan barang-barang haram dalam batas wajar selama masa darurat. Selain itu, menurut doktrin Islam, orang kaya belum tentu bebas membelanjakan uangnya untuk apa pun yang mereka pilih, berapa pun jumlah yang mereka suka. Pembatasan keuangan saja tidak cukup untuk mengurangi konsumsi. Penting juga untuk diingat bahwa umat Islam wajib menghindari tindakan yang berlebihan (israf) dan mengutamakan kebaikan (masalah). (Mukrimaa et al., 2016).

Gagasan umum tentang permintaan adalah bahwa permintaan mengacu pada jumlah absolut barang yang dibutuhkan. Hal ini didasarkan pada sifat dasar pikiran manusia yang berbasis kebutuhan. Kebutuhan inilah yang menggerakkan pasar konsumen dalam peradaban modern. Semakin besar populasi suatu negara, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap berbagai produk. Selain itu, ciri-ciri hubungan jumlah yang diminta dengan harga dapat ditelusuri kembali ke permintaan. (Imsar et al., 2023).

a. Hukum Permintaan

Menurut hukum permintaan (Sukirno, Makro Ekonomi Teori Pengantar, 2012), permintaan suatu produk meningkat seiring dengan turunnya harga. Sebaliknya, penurunan permintaan terjadi seiring dengan naiknya harga suatu produk atau jasa.

Dalam ilmu ekonomi, hubungan negatif antara harga dan kuantitas yang diinginkan dikenal sebagai “hukum permintaan”, dan dapat dinyatakan sebagai berikut: Ketika harga naik, penjualan menurun, dan ketika harga turun, penjualan meningkat.

Oleh karena itu, “semakin rendah tingkat harga, semakin banyak jumlah barang tersedia yang diminta, dan sebaliknya, semakin tinggi tingkat harga, semakin sedikit jumlah barang yang diminta”, sebagaimana dinyatakan dalam hukum permintaan. Hukum permintaan berasumsi bahwa segala sesuatu adalah sama. Aturan permintaan berlaku jika dan hanya jika semua faktor lainnya (termasuk harga) tidak berubah.

Semakin banyak orang yang tertarik untuk membeli suatu produk jika harganya diturunkan. Sebaliknya, penurunan permintaan terjadi seiring dengan naiknya harga suatu produk atau jasa.

Teori sebelumnya membawa kita pada kesimpulan berikut:

- 1) Konsumen akan mencari alternatif jika harga suatu produk yang biasa mereka gunakan meningkat, dan mereka akan membeli lebih banyak produk tersebut jika harganya turun.
- 2) Ketika harga-harga naik, masyarakat mempunyai lebih sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga mereka berhenti membeli barang-barang, terutama barang-barang yang harganya akan naik.

Semua ini terjadi karena semua orang yang terlibat mencari keuntungan (keuntungan) sebesar-besarnya dari harga saat ini. Pembeli akan dibatasi dalam pembeliannya jika harga terlalu tinggi, sementara penjual akan berusaha untuk meningkatkan output sebagai respons terhadap harga yang lebih tinggi untuk memaksimalkan pendapatan mereka. Ketika dihadapkan pada harga produk yang mahal, pelanggan dan pembeli sering kali mencari alternatif yang lebih murah.

Hukum permintaan dapat direduksi menjadi tiga alasan utama:

1) Efek pendapatan

Pendapatan seseorang adalah uang yang mereka peroleh dari usaha mereka dalam memproduksi produk dan jasa. (Nasution et al., 2019). Ketika harga suatu produk atau jasa naik, konsumen cenderung membeli lebih sedikit. Namun, ketika harga turun, konsumen memiliki lebih banyak pendapatan untuk dibelanjakan pada pembelian lainnya.

2) Efek substitusi

Biaya untuk mengganti karakteristik suatu barang dengan yang baru disebut harga. (Prayoga & Aslami, 2021). Ketika harga suatu produk naik, pembeli mencari alternatif yang memberikan tujuan yang sama dengan biaya lebih sedikit. Alternatifnya di sini adalah mencari hal lain.

3) Nilai subjektif (utilitas marginal)

Kesediaan konsumen untuk mengeluarkan uang lebih banyak atau lebih sedikit untuk suatu produk menunjukkan seberapa puas atau puasnya mereka terhadap produk tersebut. Hukum penurunan nilai marginal menyatakan bahwa semakin banyak suatu produk yang Anda miliki, semakin murah harga setiap unit tambahan barang tersebut.

b. Macam-Macam Permintaan

Ada banyak cara untuk mengkategorikan permintaan, misalnya berdasarkan jumlah topik dan daya beli.

1) Permintaan Menurut Daya Beli

Ada dua kategori permintaan berdasarkan kemampuan membayar:

- a) Istilah "permintaan efek" mengacu pada keinginan masyarakat terhadap suatu produk atau layanan sehubungan dengan kemampuan finansial mereka. Pelanggan benar-benar membutuhkan produk tersebut dan bersedia membayar harga penuh untuk produk tersebut.
- b) Permintaan potensial adalah keinginan terhadap suatu produk atau jasa di antara konsumen yang memiliki kemampuan finansial untuk melakukan pembelian tetapi belum melakukannya.

c) Tanpa mempertimbangkan kemampuan membayar konsumen, kita mempunyai permintaan mutlak. Kebutuhannya mutlak, namun konsumen kekurangan sumber daya (uang) untuk memenuhinya.

2) Permintaan Menurut Jumlah

- a) Permintaan pribadi adalah permintaan yang dibuat oleh seseorang untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- b) Permintaan kolektif, sering disebut permintaan pasar, adalah permintaan agregat yang ditempatkan oleh semua pembeli di pasar tertentu.

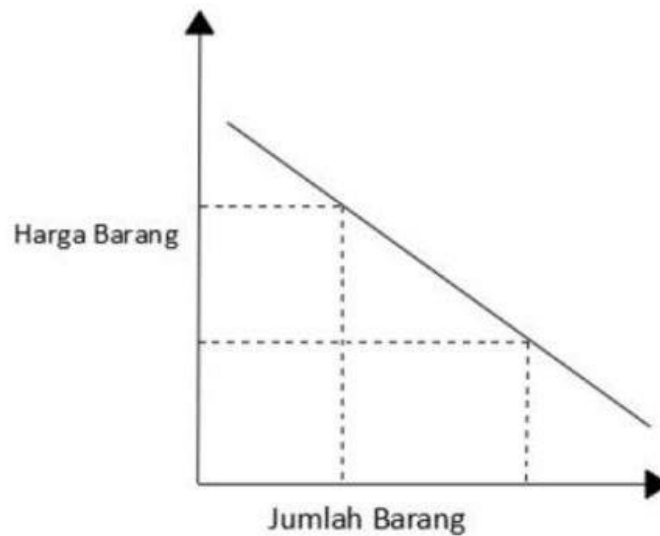
c. Kurva Permintaan

Jika, misalnya, permintaan konsumen hanya ditentukan oleh harga barang atau jasa yang bersangkutan, maka setiap perubahan pada harga tersebut akan menyebabkan konsumen menyesuaikan permintaannya. Jika harga suatu barang naik, konsumen cenderung membeli barang tersebut lebih sedikit, dan sebaliknya.

Kurva permintaan menggambarkan, untuk tingkat pendapatan tertentu, bagaimana permintaan suatu komoditas bervariasi sebagai fungsi dari harganya. Jika harga suatu produk naik dua kali lipat, pembeli cenderung mencari di tempat lain atau mengurangi penggunaannya. (Mankiw & Gregory, 2003).

Menurut (Rosyidi, 2009), komoditas substitusi dan komplementer merupakan dua jenis barang yang harganya mempengaruhi jumlah kebutuhan suatu komoditas.

Dengan asumsi segala sesuatunya sama, kurva permintaan menggambarkan hubungan antara harga suatu produk dan jumlah yang dibeli. Grafik permintaan di bawah ini (Suryawati, 2005). menggambarkan hubungan antara harga komoditas dengan permintaan.



Sumber: www.kajianpustaka.com

Gambar 2.1 Kurva Permintaan

Kita harus bisa membedakan antara jumlah yang diminta dan jumlah yang diminta, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1. Permintaan tidak terpengaruh oleh fluktuasi harga, tetapi jumlah yang dibeli terpengaruh. Sedangkan variasi permintaan akan mendorong kurva permintaan masing-masing ke kanan dan ke kiri. Jika kurva permintaan bergeser, maka jumlah yang diminta pada setiap titik harga juga akan berubah. Hukum Permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang naik (semua hal dianggap sama, atau ceteris paribus), maka permintaan konsumen terhadap barang tersebut akan turun, dan sebaliknya. Kurva permintaan memiliki kemiringan negatif ke kanan.

d. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah ekspresi matematis dari permintaan dalam bentuk determinannya. Fungsi permintaan menggambarkan hubungan antara kedua variabel yang diteliti. (Rahardja 2004, h. 23).

Berdasarkan asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa fungsi permintaan merupakan fungsi deskriptif antara variabel bebas dan variabel terikat. Fungsi permintaan memungkinkan kita untuk menguji sejauh mana variabel independen tertentu mempengaruhi variabel dependen tertentu. Hal di atas dapat dinyatakan sebagai persamaan matematis yang menggambarkan

hubungan antara permintaan dan variabel-variabel yang mempengaruhinya. (Rahardja 2004, h. 24).

$$D_x = f(P_x, P_y, Y/\text{cap}, \text{sel}, \text{pen}, P_p, Y_{\text{dist}}, \text{prom})$$

Dimana:

D_x = Permintaan akan barang X

P_x = Harga X

P_y = Harga Y (barang substitusi atau komplementer)

Y/cap = Pendapatan perkapita

Sel = Selera atau kebiasaan

Pen = Jumlah penduduk

P_p = Perkiraan harga barang X periode mendatang

Y_{dist} = Distribusi pendapatan

Prom = Upaya produsen meningkatkan penjualan

e. Elastisitas Permintaan

Istilah "elastisitas" digunakan untuk mencirikan daya tanggap penawaran dan permintaan suatu produk terhadap perubahan komponen-komponen tersebut. (Mankiw & Gregory, 2003).

Istilah "elastisitas permintaan" mengacu pada gagasan atau alat yang dikembangkan untuk menilai respons belanja konsumen terhadap perubahan harga, pasokan, atau karakteristik lain dari suatu produk. (Mankiw & Gregory, 2003).

Menurut hukum permintaan, ketika harga suatu barang atau jasa naik, konsumen akan mengurangi jumlah yang ingin mereka beli, sedangkan sebaliknya terjadi ketika harga barang atau jasa turun. Fenomena ini dikenal dengan elastisitas harga permintaan. Permintaan akan meningkat, menyebabkan pasokan lebih tinggi. (Sugiarto, et al., 2002).

Gagasan tentang elastisitas adalah gagasan yang memberikan bobot pada analisis ekonomi. Elastisitas permintaan adalah sejauh mana fungsi permintaan sensitif terhadap perubahan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Elastisitas permintaan dapat dibagi menjadi tiga kategori: elastisitas pendapatan, elastisitas harga produk, dan elastisitas silang.

1) Elastisitas Dalam Pendapatan

Gagasan tentang elastisitas pendapatan mengacu pada korelasi antara keuntungan atau kerugian moneter dan perubahan selanjutnya dalam belanja konsumen.

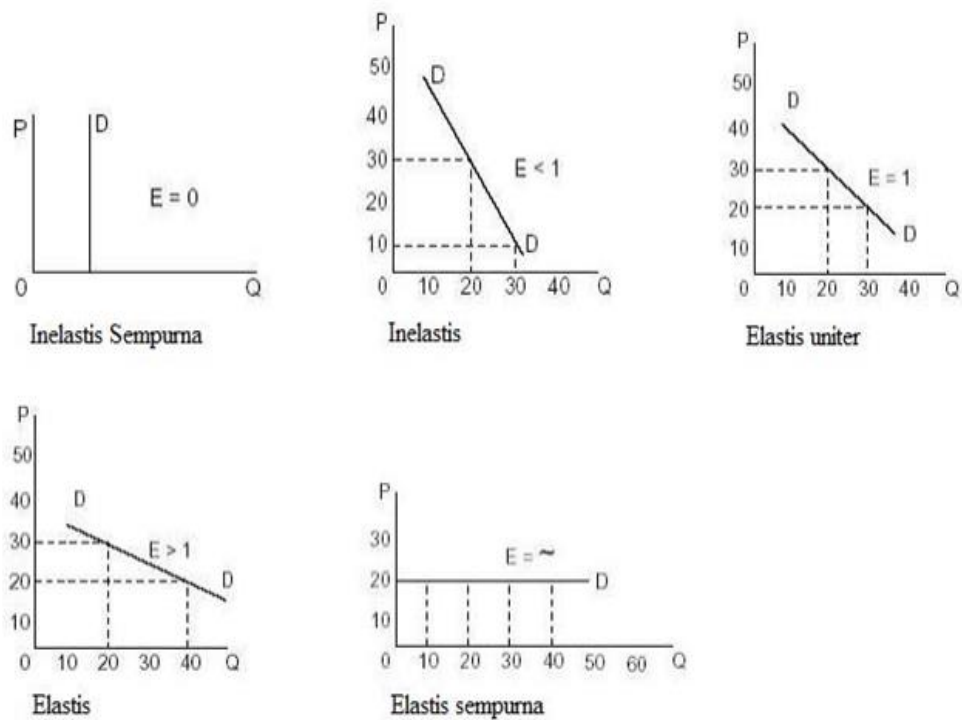
2) Elastisitas Harga

Perubahan harga suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membeli lebih banyak atau lebih sedikit, dan elastisitas harga mengukur hubungan ini.

3) Elastisitas Ganda

Derajat dimana suatu barang dipengaruhi oleh pergeseran harga barang lain disebut elastisitas silang. Elastisitas dapat dibagi menjadi dua kategori dalam ilmu ekonomi: elastisitas permintaan dan elastisitas penawaran.

Di antara beberapa bentuk elastisitas permintaan adalah:



Sumber: www.kajianpustaka.com

Gambar 2.2 Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan

1) $E = 0$

Menunjukkan permintaan yang tidak elastis sempurna. Jika tidak ada hubungan antara harga dan kuantitas yang dibutuhkan, maka kita katakan bahwa permintaan bersifat inelastis sempurna. Ketika E sama dengan nol, maka tidak ada pengaruh terhadap permintaan suatu produk. Saat Anda tidak sehat, Anda minum obat, misalnya. Kurva elastisitas sempurna mempunyai hubungan garis lurus dengan sumbu Y atau P.

2) Permintaan Inelastis ($E < 1$).

Situasi permintaan inelastis terjadi ketika perubahan harga mempunyai dampak kecil terhadap perubahan permintaan ($E < 1$), yang diukur dengan perubahan jumlah yang dibutuhkan. Contoh kasus: kebutuhan akan beras.

3) Elastisitas Permintaan Sama dengan Satu ($E = 1$).

Jika elastisitas permintaan adalah 1, atau jika perubahan harga menyebabkan perubahan jumlah yang sama yang dicari, maka kita mempunyai permintaan elastis kesatuan. Misalnya saja alat-alat elektronik.

4) Elastisitas Persyaratan ($E > 1$).

Jika jumlah permintaan akibat perubahan harga lebih tinggi dibandingkan jumlah permintaan sebelum perubahan harga, maka permintaan dikatakan elastis. Hal-hal yang berada pada spektrum harga kelas atas dapat menjadi contoh.

5) Elastisitas permintaan penuh ($E = 0$).

Jika pergeseran permintaan tidak mempengaruhi harga sama sekali, maka dikatakan permintaan bersifat elastis sempurna. Untuk Q , kurvanya akan tegak lurus; misalnya kuliner bumbu dan rempah-rempah.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang antara lain: harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementer, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, elastisitas barang. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan suatu barang adalah: harga, harga barang lain, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan dan selera (Rahardja & Manurung, 2004). Kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat digambarkan sebagai berikut (Rahardja & Manurung, 2004):

a. Harga Barang

Kotler dan Armstrong mendefinisikan penetapan harga sebagai harga di mana suatu produk atau jasa dijual sebagai imbalan atas nilai yang dianggap dapat diberikan kepada pembeli. (Meianti & Yusrizal, 2023). Harga suatu produk atau jasa adalah total kesediaan pelanggan untuk melepaskan nilai-nilai lain demi mendapatkan kegunaan barang atau jasa tersebut. (Lestari & Aslami, 2022). Jika keadaan lainnya tetap sama, permintaan terhadap suatu produk akan meningkat seiring dengan penurunan harga. Ketika harga suatu produk naik, konsumen cenderung membeli lebih sedikit.

Berikut contoh indikator harga yang dikutip oleh Kotler dan Armstrong:

- 1) Biaya terjangkau dengan kemampuan pelanggan untuk membayar.
- 2) Keseimbangan antara biaya dan output (Pradana et al., 2018).

b. Harga Barang Lain Yang Terkait

Terjadi perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaan barang lain. Keadaan ini terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan yang saling melengkapi. Bila dia tidak berhubungan maka tidak akan saling berpengaruh (Rahardja & Manurung, 2004). Harga barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, hubungan antara suatu jenis barang dengan jenis lainnya dapat dibedakan dalam tiga golongan yaitu: barang pengganti, barang pelengkap, atau barang yang tidak mempunyai kaitan sama sekali (Rahardja & Manurung, 2004).

1) Barang Pengganti (Substitusi)

Suatu barang yang dinamakan barang pengganti apabila menggantikan fungsi dari barang lain secara sempurna. Contohnya minuman kopi dapat digantikan dengan minuman teh. Apabila harga barang pengganti murah maka pemerintah terhadap barang yang digantikannya akan turun.

2) Barang Pelengkap (Komplementer)

Suatu barang dikatakan barang pelengkap apabila barang tersebut selalu digunakan bersama-sama dengan barang-barang yang lain. Contohnya gula sebagai pelengkap dari minuman kopi atau teh. Apabila harga barang pelengkap tinggi maka permintaan terhadap suatu komoditas akan turun.

3) Barang Netral

Suatu barang dikatakan barang netral apabila barang tersebut tidak mempunyai kaitan yang erat dengan barang lain. Contohnya permintaan akan beras tidak berkaitan dengan permintaan akan buku.

c. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan biasanya dijadikan criteria atau indicator di dalam mengukur tingkat kesejahteraan suatu rumah tangga atau masyarakat. Makin tinggi pendapatan menunjukkan bahwa kesejahteraan yang semakin baik. Pendapatan ini merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan corak permintaan ke atas berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan permintaan atas berbagai jenis barang (Rahardja & Manurung, 2004).

Sebagai imbalan atas waktu dan upaya yang dilakukan, orang sering kali diberi kompensasi berupa uang atas upaya mereka. Daya beli dan Ketika uang yang dapat dibelanjakan seseorang meningkat, maka semakin besar pula keinginan dan kebutuhannya.

Kemampuan seseorang untuk membeli sesuatu meningkat sebanding dengan pendapatannya, sehingga semakin besar pula permintaan terhadap barang tersebut. (Gorontalo, 2018).

Daya beli seseorang ditentukan oleh dua faktor yaitu pendapatannya dan harga pokok produk yang ingin dibelinya, seperti yang dikemukakan oleh Sudarsono (1990). Kesiediaan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk suatu produk dan jasa berkaitan dengan pendapatan dan harga barang dan jasa tersebut. (Tina Fitriani & Partini Partini, 2019).

d. Selera Atau Kebiasaan

Selera atau kebiasaan juga bisa mempengaruhi suatu barang. Preferensi konsumen yang berbeda terhadap suatu barang akan menyebabkan munculnya barang lain melalui spesialisasi produk, sehingga menghasilkan bentuk pangsa pasar yang berbeda untuk rasa tertentu, sehingga semakin tinggi selera suatu konsumsi akan mengakibatkan peningkatan permintaan terhadap barang tersebut (Rahardja & Manurung, 2004).

e. Jumlah Penduduk

. Semakin besar jumlah penduduk maka semakin banyak barang yang harus dikonsumsi dan semakin besar pula permintaannya. Dalam banyak kasus, penambahan penduduk berarti perubahan struktur umur. Dengan demikian, penambahan penduduk tidak sebanding dengan penambahan jumlah barang yang dikonsumsi. Hal ini disebabkan karena konsumsi anak-anak pada usia remaja atau di bawah 9 tahun meningkat, maka tentunya permintaan akan suatu barang juga akan meningkat (Rahardja & Manurung, 2004).

Jika volume pembelian oleh setiap konsumen adalah sama, peningkatan jumlah konsumen di pasar yang disebabkan oleh perbaikan transportasi dan komunikasi atau oleh pertumbuhan penduduk akan menyebabkan peningkatan permintaan yang menggeser kurva ke kanan.

Penurunan jumlah atau jumlah konsumen akan menyebabkan sebaliknya, yaitu penurunan permintaan (Rahardja & Manurung, 2004).

f. Perkiraan Harga Dimasa Mendatang

Menurut (Rahardja & Manurung, 2004), jika kita memperkirakan harga suatu barang akan naik, lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak sekarang untuk menghemat pengeluaran di masa depan. Jika kita memprediksi harga suatu barang akan naik, lebih baik membeli barang itu sekarang, mendorong orang untuk membeli lebih banyak sekarang untuk menghemat pembelian di masa depan.

Sebelum barang naik harga dan ada kenaikan harga suatu barang, permintaan barang yang akan mengalami kenaikan terjadi sebelum harga naik karena masyarakat akan membelinya dan menyimpannya sebagai stok cadangan untuk konsumsi di masa mendatang untuk membeli lebih banyak menghemat atau mengurangi biaya. Oleh karena itu, perkiraan harga di masa yang akan datang juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang (Rahardja & Manurung, 2004).

g. Distribusi Pendapatan

Jika terjadi distribusi uang yang tidak adil, konsumen akan mempunyai pendapatan yang lebih sedikit dan membeli lebih sedikit barang secara keseluruhan. Tingkat pendapatan perkapita dapat memberikan kesimpulan yang salah ketika distribusi pendapatan buruk, jika distribusi pendapatan buruk berarti daya beli secara umum melemah sehingga mengurangi permintaan terhadap suatu barang.

Distribusi pendapatan buruk, artinya daya beli umumnya menurun, sehingga mengurangi permintaan suatu barang. Distribusi pendapatan masyarakat juga sangat menentukan rendahnya suatu barang, pendapatan masyarakat yang tinggi dapat mendorong masyarakat untuk membeli untuk memenuhi kebutuhannya. Keinginan, dengan pendapatan yang tinggi dapat memuaskan keinginan masyarakat untuk membeli barang tersebut sehingga permintaan terhadap barang tersebut meningkat seiring dengan meningkatnya daya beli dan pendapatan masyarakat. Sebaliknya jika pendapatan masyarakat miskin atau rendah maka permintaan terhadap barang tersebut juga rendah karena tidak adanya daya beli atau kesempatan untuk membeli barang tersebut.

Keinginan yang tidak dibarengi dengan penghasilan yang cukup hanyalah keinginan, keinginan yang disertai dengan penghasilan yang cukup akan terpenuhi, keinginan yang disertai dengan penghasilan yang cukup dapat mendorong seseorang untuk membeli suatu barang, semakin tinggi pendapatan

penduduk maka semakin besar peluang penduduk membeli barang tersebut. . Dengan banyaknya orang yang membeli barang tersebut maka permintaan terhadap barang tersebut otomatis meningkat (Rahardja & Manurung, 2004).

h. Upaya Produsen Untuk Meningkatkan Penjualan

Kepercayaan penjual untuk membeli barang dari anggota sangat besar peranannya dalam mempengaruhi masyarakat. Upaya promosi pembeli sering kali mendorong orang untuk membeli lebih banyak dari biasanya. Peran yang mempengaruhi orang untuk membeli barang tersebut.

Dengan bertambahnya perusahaan lain maka akan terjadi persaingan, persaingan Hal ini memastikan permintaan barang tersebut akan meningkatkan penjualan seiring dengan meningkatnya permintaan dari masyarakat.

Perusahaan lain yang memproduksi barang dengan fungsi yang sama merupakan ancaman terhadap barang tersebut dimana akan terjadi persaingan antar produsen untuk menarik konsumen agar membeli barang tersebut, yang akan mempengaruhi permintaan.

Hal ini merupakan ancaman serius karena konsumen akan beralih ke anggota barang yang dijual oleh perusahaan yang penjualannya meningkat (Rahardja & Manurung, 2004).

3. Beras

Dengan memanfaatkan alat pengupas, penggiling, dan penggosok, kulit terluar (sekam) dari bulir padi terkelupas sehingga menyisakan nasinya sendiri (Boediono, 2015). Menurut peraturan 19/M-DAG/PER/3/2014 yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia, istilah "beras" digunakan untuk menyebut biji-bijian *Oryza Sativa* yang telah dikuliti, dikuliti, diolah, atau dibiarkan dalam keadaan alaminya. Beras dalam pengertian ini mencakup biji-bijian utuh dan biji-bijian yang telah diproses dan dipecah. Sedangkan istilah "beras" merujuk pada inti gabah setelah kulit dan dedaknya dibuang (Pertanian, 2015).

Karena beras masih menjadi bahan pangan utama oleh sekitar 95% masyarakat Indonesia, beras menjadi komoditas pangan yang sangat penting bagi negara-negara di kawasan Asia, termasuk Indonesia. Salah satu makanan pokok di Indonesia adalah nasi. Nilai gizi nasi cukup besar karena mengandung

360 kalori dari karbohidrat, 6,8 gram protein, dan beberapa mineral termasuk kalsium (6 miligram) dan zat besi (0,8 miligram).

Pati merupakan sebagian besar kandungan karbohidrat dalam nasi; jumlah sisanya berasal dari bahan-bahan seperti selulosa, hemiselulosa, dan gula. Pati menyumbang 85%-90% berat kering beras. Beras kulit pecah dapat mengandung 0,6 hingga 1,4% gula dan 2,0 hingga 2,5% berat pentosan. Karena pati merupakan komponen utama beras, maka kualitas pati sangat menentukan karakteristik fisikokimia beras (Prasetyo, 2012).

Nasi, makanan pokok bertepung, dikonsumsi secara luas di seluruh Indonesia. Baik untuk kalori maupun protein, nasi menyumbang lebih dari separuh makanan. Kemungkinan besar seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, maka peran beras sebagai makanan pokok bagi gizi manusia akan berkurang. Hal ini karena sebagian besar masyarakat lebih memilih membelanjakan uangnya untuk keperluan lain, seperti pakaian, dibandingkan untuk membeli beras. Namun, permintaan terhadap beras diperkirakan akan tetap sama (Wibowo, 2000). Karena beras masih merupakan sumber karbohidrat utama bagi penduduk Indonesia dan belum digantikan oleh makanan lain.

Di Indonesia, beras memainkan peran penting dalam perekonomian dan budaya negara. Mengingat beras memberikan rezeki bagi sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai makanan pokok negara, kemampuan negara untuk memastikan pasokan komoditas tersebut sangat penting mengingat besarnya jumlah penduduk di negara ini. Permintaan beras meningkat sepanjang tahun sebagai konsekuensi diperkenalkannya beras kepada masyarakat yang sebelumnya tidak mengkonsumsi beras. Penduduk Papua yang secara tradisional mengandalkan sagu untuk rezekinya, ikut makan nasi bersama dengan penduduk di Maluku, Sulawesi Utara, Madura, dan lain-lain (Sumodiningrat, 2013).

Setelah pati, protein merupakan komponen beras yang terbanyak kedua. Sekitar 8% beras pecah adalah protein, sedangkan 14% adalah air. Tiamin terdapat pada 4 mikrogram per gram dalam beras, riboflavin pada 0,6 mikrogram per gram, dan niasin dan piridoksin pada 50 mikrogram per gram. Kelima vitamin ini tidak semuanya dalam keadaan alami dan tidak terikat. Bentuk ester menyumbang sekitar 75 persen riboflavin. Beras tidak mengandung vitamin C dan jumlah vitamin A dan D dapat diabaikan. Beras

giling memiliki persentase abu 0,5% atau lebih rendah. Fosfor, magnesium, dan kalium merupakan komponen mineral utama beras. Kalsium, klorida, natrium, silikon dioksida, dan besi oksida juga ada (Widarjono, 2011).

a. Ketersediaan Beras

b. Ketahanan pangan, sebagaimana didefinisikan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996, adalah masyarakat tidak perlu khawatir akan sumber makanan berikutnya dan masyarakat mempunyai akses terhadap pangan bergizi yang tidak hanya berlimpah tetapi juga aman, adil, dan murah. (Salvatore, 2018). Berdasarkan konsep ini, kita mempelajari tiga poin berikut tentang ketahanan pangan:

- 1) Ketersediaan (availability)
- 2) Stabilitas penawaran (Supply Stability)
- 3) Aksesibilitas (accessibility)

Ketidakstabilan perekonomian suatu negara mungkin disebabkan oleh pasokan pangan yang tidak mencukupi permintaan. Contohnya mencakup berbagai perubahan sosial dan politik. Tergantung pada parahnya situasi, pemerintahan saat ini mungkin bisa digulingkan. Pengalaman kita di masa lalu menunjukkan bahwa kenaikan harga beras selama krisis mata uang hanyalah salah satu contoh gangguan terhadap ketahanan yang dapat menyebabkan ketidakstabilan sosial dan pada akhirnya mengancam stabilitas ekonomi dan politik.

Untuk menjamin tersedianya pangan dan gizi dalam jumlah dan mutu yang diperlukan dengan tingkat harga yang terjangkau, dengan memperhatikan peningkatan pendapatan petani dan peningkatan produksi sebagaimana diatur dalam undang-undang, maka salah satu landasan kebijakan pembangunan pertanian tahun 2001-2004 adalah pembangunan sistem ketahanan pangan berdasarkan keragaman sumber daya pangan, institusi, dan populasi lokal. Ada empat komponen utama kebijakan beras masing-masing negara.

- 1) Kebijakan untuk Meningkatkan Produksi
- 2) Rencana Diversifikasi
- 3) Strategi penetapan biaya

4) Impor kuota

c. **Konsumsi Beras**

Menghabiskan uang atau memanfaatkan produk disebut konsumsi. Permintaan tercipta karena tingginya tingkat konsumsi. Dalam bidang ekonomi, sudah diterima secara luas bahwa harga suatu barang mempunyai dampak yang signifikan terhadap permintaannya, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan masyarakat, preferensi mereka, biaya alternatif, dan sebagainya. Daya beli masyarakat berpendapatan rendah lebih condong pada kebutuhan pokok dibandingkan barang mewah.

Namun, elastisitas produk mewah lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhan produk berpenghasilan tinggi. Pangan merupakan salah satu kebutuhan yang paling mendasar. Masyarakat Indonesia menganggap nasi sebagai makanan terbaik yang ada, bahkan melebihi jagung, ubi jalar, sagu, dan bahan pokok lainnya. Dengan harapan bahwa mereka yang mempunyai sumber daya terbatas akan berusaha semaksimal mungkin untuk memuaskan rasa lapar mereka, khususnya terhadap beras.

Dengan demikian, besarnya kesejahteraan masyarakat berbanding lurus dengan asupan pangan. (Irawan, 2009). Apabila rata-rata asupan kalori dan protein harian suatu penduduk meningkat, hingga akhirnya mencapai dan melampaui angka kecukupan konsumsi per kapita harian, maka dapat dikatakan bahwa kesejahteraannya meningkat. Kecukupan gizi harian ditetapkan sebesar 2.500 kalori dan 55 gram protein per orang.

Masyarakat Indonesia mengonsumsi lebih banyak nasi dibandingkan masyarakat Tiongkok, Jepang, dan Malaysia jika digabungkan. Masyarakat Indonesia mengonsumsi 124 kilogram beras setiap tahunnya, jauh lebih banyak dibandingkan gabungan 60 kilogram beras yang dimakan oleh masyarakat Tiongkok, Jepang, Korea, Thailand, dan Malaysia. (BPPT, 2016). Nasi adalah komponen utama dari banyak pola makan di seluruh dunia. Di Asia, di mana nasi merupakan makanan utama sebagian besar masyarakatnya (khususnya pekerja miskin), pernyataan ini benar adanya. Sekitar sembilan puluh persen beras dunia ditanam di benua Asia.

d. Pengaruh Harga Beras Terhadap Konsumsi Beras

Harga beras ditampilkan sebagai rata-rata tahunan per kilo dalam rupiah. Hal ini dapat menjelaskan mengapa masyarakat membeli atau tidak membeli beras berdasarkan harga pasar beras. Ketika harga pasar beras naik, konsumen mempunyai pendapatan yang lebih sedikit untuk dibelanjakan pada beras. Oleh karena itu, permintaan pasar terhadap beras sangat terpengaruh. (Bulog, 2012).

Permintaan komoditas diciptakan melalui penggunaan barang-barang tersebut. Permintaan suatu produk dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga produk, harga komoditas pengganti, preferensi konsumen, pendapatan yang dapat dibelanjakan, dan jumlah penduduk. (Soekartawi, 2000). Besarnya permintaan bervariasi tergantung konsumen menginginkan produk beras untuk keperluan nutrisi atau keperluan industri atau tidak.

Hal ini dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti pendapatan per kapita, jumlah penduduk, harga pasar beras, dan harga bahan pokok lainnya seperti jagung. Pendapat masyarakat Indonesia mengenai pangan merupakan faktor utama yang menentukan naik atau tidaknya permintaan beras.

Dalam ilmu ekonomi, keseimbangan didefinisikan sebagai momen ketika penawaran dan permintaan seimbang. Ketika permintaan dan penawaran suatu barang atau jasa berfluktuasi sebagai akibat dari perubahan harga pasar, serta faktor-faktor lainnya, seperti yang ditunjukkan oleh hubungan ini. Pasar menyeimbangkan penawaran dan permintaan untuk menentukan harga. Harga suatu sumber daya bertindak sebagai sinyal kelangkaannya yang memandu tindakan para pelaku ekonomi. Dalam pasar persaingan sempurna, ketika penawaran dan permintaan sama, harga suatu barang ditentukan pada titik perpotongan kedua kurva. (Ambarinanti, 2007).

Berdasarkan hukum permintaan, jika harga beras naik maka masyarakat akan mengkonsumsi beras lebih sedikit, dan jika harga beras turun maka masyarakat akan mengkonsumsi beras dalam jumlah lebih banyak. Jika semua elemen lainnya dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka penurunan harga akan menyebabkan lebih banyak permintaan terhadap suatu produk dibandingkan kenaikan harga, dan sebaliknya.

Menurut Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, lima perusahaan sedang didirikan di Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan produksi beras:

- 1) Pertumbuhan Areal
- 2) Hasilnya adalah Produktivitas Lebih Besar;
- 3) Hasilnya kini lebih konsisten.
- 4) Melebarnya Kesenjangan Laba
- 5) Penurunan hasil panen ditekankan.

Pertumbuhan perusahaan kelima berkontribusi lebih besar terhadap peningkatan output dibandingkan perusahaan lainnya. Mengingat kelangkaan lahan pertanian di masa depan, diharapkan lebih banyak kontribusi dapat diberikan melalui meningkatkan output untuk memenuhi kebutuhan domestik dan mengurangi impor. Sektor pasokan akan terkena dampak kenaikan output.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

B. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama/Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
Zaenul Laily (2017), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Di Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah	Temuan penelitian menunjukkan bahwa permintaan beras di Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pendapatan rumah tangga, harga beras, harga mie instan, jumlah anggota keluarga, dan preferensi konsumen. Permintaan beras sedikit dipengaruhi oleh harga mie instan, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendapatan, namun tidak dipengaruhi oleh harga beras itu sendiri atau preferensi konsumen.	Mereka sama-sama mempelajari unsur-unsur yang berpengaruh terhadap permintaan beras, oleh karena itu mereka berbagi aspek tersebut. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.
Dewi Rahmalia Ningsih, Indra, Romano (2018), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Ketan Di Pasar Induk Lambaro Kabupaten Aceh Besar	Temuan studi ini menunjukkan bahwa harga dan pasokan ketan berinteraksi untuk membentuk pasar komoditas ini. Uji t yang dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% menunjukkan hal tersebut dengan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel harga ketan lebih besar dari t tabel ($3,747 > 2,063$), dan bahwa nilai t hitung untuk variabel situasional bulan haji	Mereka sama-sama mempelajari unsur-unsur yang berpengaruh terhadap permintaan beras, oleh karena itu mereka berbagi aspek tersebut. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.

	<p>lebih besar dari t tabel (3,263 > 2,063). Jadi, uang dan keadaan mempunyai peranan penting dalam menentukan banyaknya ketan yang dijual di Pasar Induk Lambaro.</p>	
<p>Andryanto Simanjuntak, (2018), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Di di Kota Medan (Kasus : Kelurahan Mabar, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan Provinsi Sumatera Utara)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan beras di Kota Medan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel jumlah tanggungan keluarga, harga beras, dan pendapatan konsumen, dengan jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan konsumen mempunyai pengaruh yang paling besar.</p>	<p>Variabel pendapatan sendiri merupakan konstanta matematis. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>
<p>Miranti Maharganing Utomo (2012), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Mentik Di Kecamatan Plupuh.</p>	<p>Penelitian menunjukkan bahwa harga beras Mentik berpengaruh negatif dan signifikan secara statistik terhadap permintaan beras Mentik, begitu pula harga beras IR-64 terhadap permintaan beras Mentik. Selain itu, jumlah penduduk yang tinggal dalam satu rumah dan jumlah uang yang dibawa mempunyai pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap permintaan beras mentik.</p>	<p>Variabel-variabel yang mempengaruhi harga beras sebanding dengan variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>

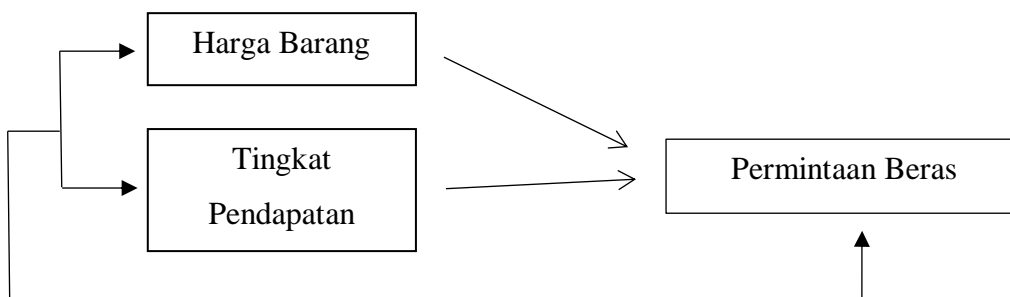
<p>Hasan Basri Tarmizi (2005), Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Rantau Prapat.</p>	<p>Data menunjukkan bahwa di Rantau Parapat, pengeluaran keluarga (variabel x3) berpengaruh signifikan terhadap permintaan beras, dengan T rasio lebih kecil dari T tabel (-8.540626832.032). Sisa porsi Perum BULOG tidak terlalu berpengaruh terhadap total kuantitas permintaan beras di Rantau Parapat, yang ditunjukkan dengan rasio $T > T$ Tabel ($4,867 > 2,032$).</p>	<p>Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan, termasuk penelitian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi konsumsi beras. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>
<p>Rini Bernike Pasaribu (2020), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Di Kota Medan.</p>	<p>Berdasarkan temuan yang ada, permintaan beras di Medan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga, pendapatan, dan jumlah anggota rumah tangga. Koefisien regresi negatif dihasilkan oleh harga. Penghasilan dan Ukuran Keluarga keduanya menguntungkan.</p>	<p>Variabel yang digunakan, biaya, adalah konstanta yang dapat digunakan dalam suatu persamaan. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>
<p>Siwiti Munambar (2019), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Organik Di Yogyakarta.</p>	<p>Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat, kemurnian, rasa, aroma, kemasan, dan kandungan nutrisi (secara kolektif disebut sebagai faktor Produk) dan variabel gaya hidup (secara</p>	<p>Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan, termasuk penelitian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi konsumsi beras. Latar penelitiannya adalah studi</p>

	<p>kolektif disebut sebagai faktor sosial Konsumen) merupakan pengaruh utama terhadap konsumsi beras organik di Yogyakarta. Kedua variabel ini mempengaruhi permintaan beras organik di kalangan konsumen.</p>	<p>kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>
<p>Rizka Suriani (2021), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Sawah Lokal Di Desa Mukti Jaya Kecamatan Rantau Pulung.</p>	<p>Dari sisi permintaan, harga beras, pendapatan, dan preferensi konsumen semuanya mempunyai pengaruh yang signifikan, hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan, diperoleh nilai t hitung = 4,080 dan nilai t tabel = 2,003, atau t hitung > t tabel dengan nilai probabilitas (0,000 0,05), dan pengujian simultan menunjukkan demikian dengan nilai F hitung = 6,010 dan F tabel = 2,76, atau F hitung > F. Hasilnya, terdapat korelasi positif antara pendapatan dan permintaan konsumen, korelasi negatif antara harga dan permintaan, dan korelasi positif antara</p>	<p>Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan, termasuk penelitian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi konsumsi beras. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.</p>

	harga, pendapatan, dan permintaan.	
(Tiamo Rizal Taufik, 2008), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran Beras Di Jawa Barat	Permintaan beras di Jawa Barat menurun akibat kenaikan harga beras. Setiap kenaikan harga beras sebesar Rp 1, permintaan turun sebesar 1664.976 Kg. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar - 1664,976.	Penelitian ini merupakan penelitian serupa dengan penelitian lain yang membahas variabel-variabel yang mempengaruhi konsumsi beras. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.
(Dewi & Wardhana, 2022), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Di Provinsi Kalimantan Selatan	Di Provinsi Kalimantan Selatan, permintaan beras sangat dipengaruhi oleh jumlah penduduk dan harga beras. Tidak terdapat korelasi antara harga jagung dengan produksi beras dan permintaan beras di Provinsi Kalimantan Selatan.	Penelitian ini merupakan penelitian serupa dengan penelitian lain yang membahas variabel-variabel yang mempengaruhi konsumsi beras. Latar penelitiannya adalah studi kasus, yang menjadi pembeda utamanya.

C. Kerangka Teoritis

Dalam hal ini sebagai objek penelitian pengaruh harga barang dan tingkat pendapatan terhadap permintaan beras di Provinsi Aceh Meningkat. Untuk lebih jelasnya lihat kerangka teoritis dibawah ini:



Gambar 2.3 Kerangka Teoritis

D. Hipotesis

Sugiyono (2017) berpendapat bahwa hipotesis adalah suatu dugaan pemecahan suatu permasalahan penelitian atau rumusan masalah penelitian yang diartikulasikan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, dikemukakan teori-teori sebagai berikut:

Ha1: Harga barang berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.

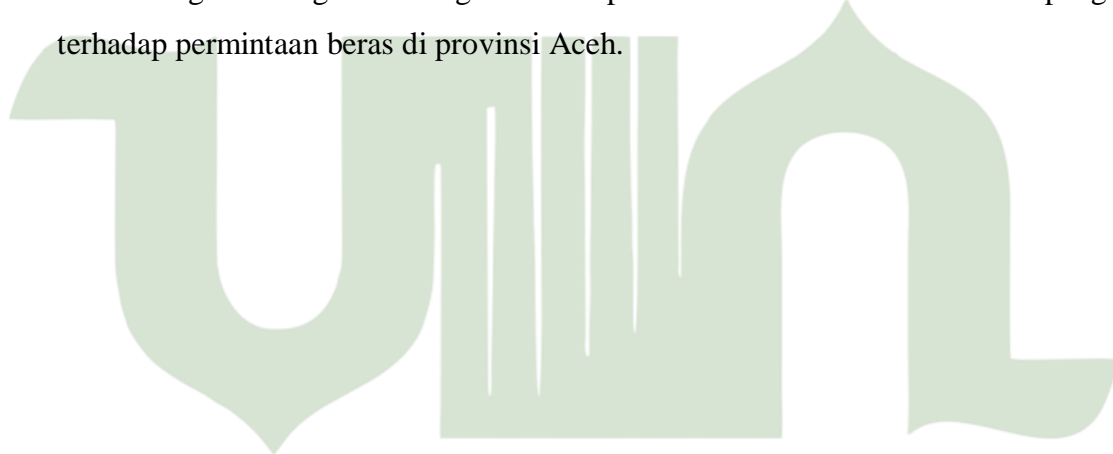
Ho1: Harga barang tidak berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.

Ha2: Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.

Ho2: Tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.

Ha3: Harga Barang dan Tingkat Pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.

Ho3: Harga Barang dan Tingkat Pendapatan secara simultan tidak berpengaruh terhadap permintaan beras di provinsi Aceh.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN