

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Minyak merupakan salah satu energi sumber strategis untuk menjamin perkembangan industri modern dan ekonomi. Fluktuasi minyak selalu dianggap sebagai barometer ekonomi di seluruh dunia. Sehingga setiap terjadi perubahan harga minyak selalu menjadi topik yang panas untuk dibahas dalam lingkaran politik dan ekonomi di semua negara. Fluktuasi harga minyak di pasar internasional umumnya mengikuti aksioma yang berlaku didalam ekonomi pasar. Dimana kenaikan harga berlaku karena ditentukan mekanisme permintaan dan penawaran.

Adanya kenaikan harga pada minyak berdampak terhadap barang-barang lain yang juga harganya ikut melonjak. jika terjadi kenaikan pada harga minyak di suatu negara, akan sangat berpengaruh terhadap permintaan

(*demand*) dan penawaran (*supply*). Sesuai dengan hukum permintaan “jika harga suatu barang mengalami kenaikan maka jumlah barang yang diminta akan berkurang dan jika harga suatu barang mengalami penurunan maka jumlah barang yang diminta akan naik”.<sup>1</sup>

Menurut Roubini (2004), fluktuasi harga minyak dunia akan memberikan dampak bagi perekonomian di seluruh dunia. Besarnya pengaruh yang diberikan tergantung dari dari beberapa hal seperti guncangan harga minyak, lamanya guncangan tersebut berlangsung, ketergantungan penggunaan minyak pada negara tersebut dalam perekonomian, dan respon pemerintah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sofiyana dkk (2019) menyimpulkan bahwa variabel Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko

---

<sup>1</sup> Boston Simanullang, “Analisis Pengaruh Kenaikan Harga Minyak Dunia, Jumlah Uang Beredar, dan Kurs Mata Uang”, SKRIPSI, (Medan: Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017), h. 54

Cakrawala Grosir di Hessa Kabupaten Asahan. Harga merupakan kunci dari keberhasilan pemasaran produk. Harga yang bervariasi disesuaikan dengan jumlah pembelian, pembelian secara retail dengan pembelian dalam jumlah besar akan berbeda.<sup>2</sup>

Kelapa sawit merupakan tanaman yang menghasilkan minyak sawit, sehingga menjadi salah satu tanaman perkebunan yang menjadi sumber penghasilan devisa non migas. Indonesia merupakan negara produksi minyak sawit terbesar di dunia karena Indonesia menjadi salah satu negara agraris yang perkembangannya didukung oleh sektor pertanian. Salah satu sektor tersebut adalah perkebunan. Secara umum perkebunan mempunyai peranan sangat besar dalam penyedia lapangan pekerjaan, penghasil devisa terbesar, lokomotif perekonomian nasional, kedaulatan energi, dan pendorong sektor ekonomi kerakyatan. Ditinjau dari segi

---

<sup>2</sup> Sofiyana, Tengku Syarifah dan Heri Prasuhanda Manurung, "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian Minyak Goreng Sinolin pada Toko Cakrawala Grosir di Hessa Kabupaten Asahan", Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains, Vol. 1 No. 1, 2019, h. 23

peningkatan produksinya perkembangan usaha perkebunan telah menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, seperti komoditas karet, kakao, kopi, teh, kelapa sawit dan komoditas lainnya.<sup>3</sup>

Perkebunan kelapa sawit di Indonesia berkembang cepat serta mencerminkan revolusi perkebunan sawit. Perkembangan industri minyak sawit di Indonesia yang berkembang cepat telah menarik perhatian seluruh dunia, khususnya produsen minyak nabati utama Indonesia. Perkebunan kelapa sawit Indonesia berkembang di 22 provinsi dari 33 provinsi. Sumatera dan Kalimantan merupakan dua pulau perkebunan sawit di Indonesia. Kedua pulau tersebut menghasilkan 95% produksi minyak sawit mentah (crude palm oil/CPO) Indonesia.<sup>4</sup> Definisi dari Cpo sendiri adalah minyak mentah nabati edibel yang didapatkan dari mesocarp buah pohon kelapa sawit. Minyak sawit biasanya digunakan

---

<sup>3</sup> Andi Alatas, "Trend Produksi dan Ekspor Minyak Sawit (CPO) Indonesia" Jurnal AGRARIS, Vol. 1, No. 2, (Juli 2015), h. 115

<sup>4</sup> Jan Horas V. Purba dan Tungkot Sipayung, "Perkebunan Kelapa Sawit Indonesia Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan" Masyarakat Indonesia, Vol 43 No, 1, (Juni 2017), h. 82

untuk kebutuhan bahan pangan, industri, kosmetik, industri kimia, dan industri pangan. Salah satu produk dari bahan pangan yaitu minyak goreng.

Penghasil minyak sawit terbesar di dunia adalah Indonesia. India adalah konsumen minyak goreng terbesar di dunia dan importir terbesar di dunia. Lebih dari tujuh negara memasok lebih dari 56 persen kebutuhan minyak goreng India. Minyak goreng yang berasal dari kelapa sawit, bunga matahari, dan kedelai biasa digunakan di India. Dalam hal minyak sawit, India mengimpor hingga 90% dari kebutuhannya dari Indonesia dan Malaysia. Dalam dua tahun sebelumnya, harga minyak sawit dunia telah meningkat 300 persen, menyebabkan harga minyak goreng melonjak lebih dari 20 persen. Karena sebagian besar makanan jalanan di India digoreng, orang-orang termiskin di India sangat

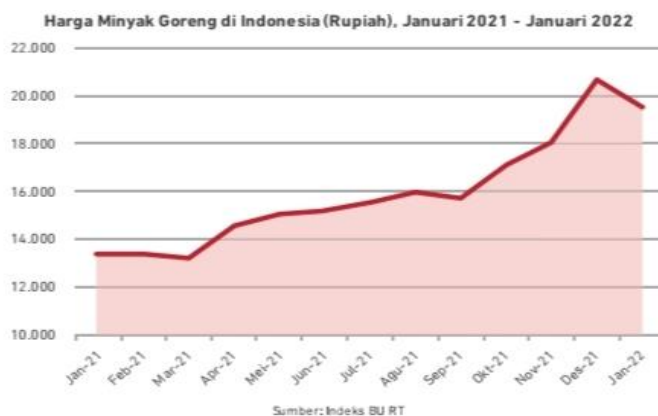
membutuhkan minyak goreng. Inflasi bahan pangan mencapai 7,68 persen akibat kenaikan harga minyak goreng.<sup>5</sup>

Pada saat ini kelapa sawit menjadi komoditas yang sedang mengalami kenaikan secara signifikan. Kenaikan harga minyak goreng yang terus-menerus diakibatkan oleh turunnya produksi CPO selama pandemik Covid-19. Karena produksi CPO menurun menyebabkan kenaikan pada minyak goreng, hal tersebut tidak hanya berdampak pada negara konsumen namun juga berdampak kepada negara produsen. Peningkatan harga minyak goreng terjadi ketika diberlakukannya new normal. Berikut ini merupakan perkembangan harga minyak goreng di Indonesia periode Januari 2021- Januari 2022.

---

<sup>5</sup> Soutik Biswas, “Minyak goreng:India kelabakan setelah Indonesia menghentikan ekspor serta perang Ukraina”, BBC News India, (3 Mei 2022), h. 1

**Gambar 1. 1 Kenaikan Harga Minyak Goreng**



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kenaikan harga minyak goreng di Indonesia pada bulan Januari tahun 2021 sampai dengan bulan Januari tahun 2022 mengalami kenaikan yang sangat pesat. Harga minyak goreng pada bulan Januari-Maret 2021 masih stabil dengan harga Rp. 13.000/liter. Pada pertengahan bulan Mei 2021 harga minyak goreng mulai mengalami kenaikan sebesar RP. 14.000/liter hingga pada bulan Agustus harga minyak goreng mengalami kenaikan sebesar Rp. 16.000/liter. Di bulan September 2021 harga minyak goreng turun menjadi Rp. 15.000/liter. Dari bulan Oktober sampai Desember harga minyak goreng

mengalami kenaikan yang pesat hingga mencapai Rp. 22.000/liter.<sup>6</sup>

Hal serupa terjadi di Provinsi Banten, berdasarkan data yang diambil dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN), periode bulan Januari 2021-Desember 2021. Kenaikan harga minyak goreng curah, minyak goreng kemasan bermerek 1 (1 kg), dan minyak goreng kemasan bermerek 2 (2 kg) mengalami kenaikan secara terus menerus. Pada bulan Januari-April 2021 harga minyak goreng curah sebesar Rp. 13.000/kg, dan minyak goreng kemasan pada bulan Januari-Februari sebesar Rp. 14.000/kg. Pada bulan Mei-September 2021 harga minyak goreng curah mengalami kenaikan sebesar Rp. 15.500/kg, dan harga minyak goreng kemasan pada bulan Maret-September 2021 mengalami kenaikan sebesar Rp. 16.800/kg. Pada bulan Desember 2021

---

<sup>6</sup> Nisrina Nafisah dan Felippa Amanta, Ringkasan Kebijakan No. 12: Produktivitas Kelapa Sawit Terbatas Seiring Melonjaknya Harga Minyak Goreng di Indonesia, (Jakarta: CIPS (Center for Indonesian Policy Studies), 2022), h. 1-2



harga minyak goreng menjadi Rp. 18.500 dan harga minyak goreng kemasan di bulan Desember sebesar Rp. 20.000/kg.<sup>7</sup>

Harga minyak goreng di salah satu pasar di kota Serang tercatat paling murah diantara wilayah di provinsi Banten. Pasar tersebut yaitu pasar Rau, pasar Rau merupakan pusat perbelanjaan pasar tradisional di Serang. Berdasarkan data Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN), harga minyak goreng di pasar Rau dijual dengan harga Rp. 16.400/kg pada bulan Januari 2021. Pada bulan Maret-Mei 2021 harga minyak goreng mengalami penurunan yaitu Rp. 15.900/kg. dan pada bulan Juni-Desember 2021 harga minyak goreng mengalami kenaikan yaitu Rp. 16.900/kg.

Namun data tersebut berbeda dengan kenyataan yang terjadi di masyarakat. Banyak oknum-oknum yang menjual minyak goreng dengan harga tinggi kepada masyarakat. sehingga hal tersebut berdampak kepada para pedagang, baik warung retail ataupun pedagang olahan pangan. Salah satu

---

<sup>7</sup> Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN)

warung retail yang menjual minyak goreng, menjual minyak goreng curah ataupun kemasan dengan harga mencapai Rp.20.000/liter. Pemilik warung mengatakan harga minyak goreng di pasar Rau melonjak tajam sehingga persediaan minyak goreng dibatasi. Pedagang olahan pangan pun merasakan dampaknya sehingga barang yang diproduksi harganya dinaikkan atau dengan mengurangi takaran barangnya.

Lonjakan harga minyak yang tajam berpengaruh langsung terhadap pengeluaran rumah tangga, dan dampaknya akan semakin signifikan untuk masyarakat miskin atau industri kecil yang banyak menggunakan minyak goreng.<sup>8</sup> Menurut Wahyuningsih dan Anggun, minyak goreng menjadi komoditas paling penting dalam perekonomian, kenaikan harga minyak berdampak langsung terhadap konsumen pengguna minyak goreng baik untuk konsumen rumah tangga

---

<sup>8</sup> Astari Wirastuti dan Hamdani Surachamn, “ Kebijakan Stabilitas Harga Minyak Goreng”, Litbang Perdagangan, Vol.3, No. 1 (Juli 2009),h. 112

atau konsumen industri terutama untuk industri olahan pangan.<sup>9</sup>

Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Cornelius Tjahjaprijadi menyimpulkan bahwa kenaikan harga minyak internasional berpengaruh positif pada perekonomian, ia menyimpulkan bahwa ketika terjadinya kenaikan harga minyak internasional maka pertumbuhan ekonomi turut memperoleh manfaat dari naiknya harga komoditas minyak sawit di pasar internasional.<sup>10</sup>

Minyak goreng merupakan salah satu penyuplai pangan yang sangat penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah, dan pelaku industri pengolahan pangan yang paling merasakan dampaknya. Indonesia merupakan salah satu negara Asia Tenggara dengan aktivitas ekonomi terbesar. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil

---

<sup>9</sup> Wahyuningsih dan Anggun, Analisis Dampak Kenaikan Harga Minyak Goreng terhadap Usaha Penggorengan di Kota Bekasi. (Bogor, Repository : Institut Pertanian Bogor, 2008)

<sup>10</sup> Peneliti pada Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan RI

Menengah, UMKM di Indonesia merupakan salah satu sektor yang menopang perekonomian, memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian pada tahun 2013.<sup>11</sup>

Berikut ini merupakan perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah<sup>12</sup>.

**Table 1. Perkembangan UMKM**

NO	Tahun	Jumlah
1	2018	64.2 juta
2	2019	65.4 juta
3	2020	64.2 juta
4	2021	64.2 juta

---

<sup>11</sup> Sony Hendra Permana, “Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia”, Jurnal Aspirasi, Vol.8, No.1, (Juni 2017),h.93-95

<sup>12</sup>Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id) , 27 Oktober 2021 , diakses pada 24 Maret 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa perkembangan UMKM pada tahun 2018 sebanyak 64.2 juta pelaku usaha, pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebanyak 65.4 juta, pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan yaitu 64.2 juta pelaku usaha dikarenakan adanya Covid-19.

Di era globalisasi adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (*economic union*) yang menjadikan Asia Tenggara suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran ekonomi global. UMKM dituntut untuk membuat produk yang dapat diterima oleh konsumen di seluruh Asia Tenggara tidak hanya konsumen di Indonesia. UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan penting dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat, karena UMKM mampu bertahan dalam kondisi sesulit apapun bahkan dapat bertambah jumlahnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha

produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Berdirinya UKM mampu menyerap jumlah angkatan kerja yang siap bekerja tetapi belum mendapatkan pekerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran dan mengurangi jumlah angka kemiskinan.<sup>13</sup>

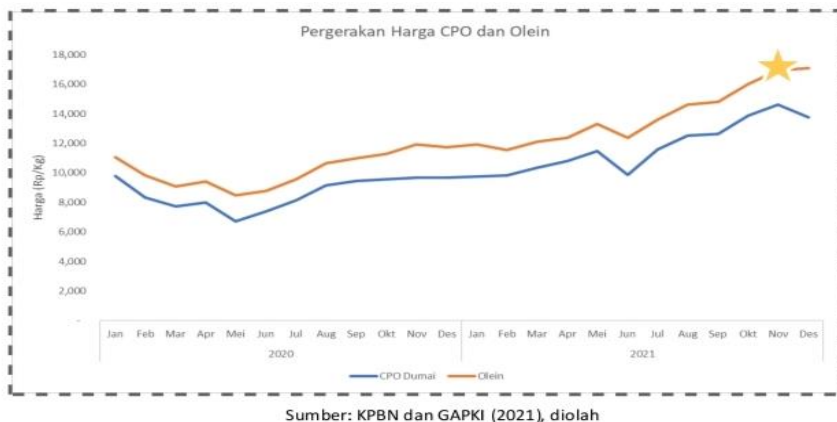
Isu stabilitas harga kebutuhan pangan seperti beras, gula, cabai rawit, daging ayam, bawang merah bawang putih, dan minyak goreng menjadi masalah rutin bagi masyarakat dan pemerintah. Instabilitas harga terjadi hampir setiap tahun, terutama penggunaan sumber daya dan dapat memicu gejolak makroekonomi dan politik (Newbery and Stiglitz, 1981: Myers, 2006). Di antara komoditas kebutuhan pokok tersebut minyak goreng adalah salah satu produk turunan CPO yang mempunyai nilai strategis. Hal ini terjadi karena komoditas tersebut dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk Indonesia. Harga minyak goreng meningkat tajam sebagai akibat

---

<sup>13</sup> Kadeni, Ninik Srijani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," EQUILIBRIUM, Vol. 8, No. 2 (Juli 2020) STKIP PGRI Blitar, h. 191-200

kenaikan harga CPO di pasar internasional. Berikut ini merupakan perkembangan harga CPO di Indonesia yang dirilis oleh PT Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (KPBN).

**Gambar 1. 2** Perkembangan Harga CPO



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa harga CPO pada bulan Januari 2021 sebesar Rp. 10.000/kg, pada awal bulan Juni 2021 mengalami penurunan, dengan harga Rp. 8000/kg. Pada bulan Juli-Oktober harga CPO mengalami kenaikan dan penurunan dan perkembangan harga CPO pada bulan Desember 2021 mengalami penurunan harga rata-rata dari November 2021 sebesar Rp. 14.000/kg menjadi Rp.

13.000/kg. Selama bulan Desember 2021, harga CPO menunjukkan penurunan harga yang menyebabkan perlambatan peningkatan harga rata-rata bulanan. Sejak November adanya varian baru Covid-19 (omicron) yang menyebabkan penenakan terhadap harga CPO harus tetap tinggi. Karena varian baru tersebut berdampak terhadap penurunan aktivitas masyarakat yang juga berpengaruh besar pada penurunan konsumsi masyarakat.<sup>14</sup>

Pasar dijamin kebebasannya di bawah Islam. Pasar bebas menentukan harga dan metode manufaktur, dan tidak boleh ada gangguan yang mengganggu keseimbangan pasar. Kenyataannya, menemukan pasar yang beroperasi secara wajar cukup sulit. Jika gagasan persaingan bebas ditegakkan dengan terampil, pasar dapat memainkan peran yang efektif dalam kehidupan ekonomi dalam paradigma Islam. Harga suatu barang ditentukan oleh penawaran dan permintaan

---

<sup>14</sup> Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Analisis Perkembangan Harga Bahan Pokok di Pasar Domestik dan Internasional", Desember 2021, h. 71-79



pasar. Variasi harga dipengaruhi oleh perubahan permintaan dan penawaran. Menurut sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik radhiyallahu anhu, pada masa Nabi Shallallahu alaihi wa sallam, harga komoditas telah meroket, oleh karena itu para sahabat berkata: Ya Rasulullah, tetapkan harga untuk kami? Sesungguhnya Allah-lah yang menetapkan harga, yang menahan, yang menumbuhkan, dan yang memberi rezeki, dan aku sangat berharap bertemu dengan Tuhanku dalam keadaan di mana tidak ada seorang pun di antara kalian yang menuntut darahku. dan menghargai ketidakadilan.” [Ghayatul Marom: 323, HR. Ahmad, Abu Daud, At-Tirmidzi, dan Ibnu Majah].

Dari hadits ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ketika harga naik, Rasulullah SAW meyakini ada faktor darurat tertentu. Akibatnya, sesuatu yang mendesak akan lenyap bersama dengan penyebab masalah yang mendasarinya. Selain itu, Nabi memperkirakan harga akan kembali normal dalam waktu yang tidak terlalu lama. Menetapkan harga, menurut Nabi, sama saja dengan menganiaya para pedagang.

Karena kenyataan bahwa pedagang akan dipaksa untuk menawarkan barang-barang mereka dengan harga pasar. Akibatnya, dalam kondisi normal, pemerintah tidak memiliki kebijakan untuk mengintervensi harga pasar. Intervensi harga oleh pemerintah sebagai pelaku pasar mungkin tepat dilakukan jika pasar tidak dalam tatanan kerja yang sempurna, yaitu jika ada faktor-faktor yang menghalangi pasar untuk berfungsi dengan baik. persaingan yang sehat (kegagalan pasar).<sup>15</sup>

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **PENGARUH KENAIKAN HARGA MINYAK GORENG TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Sumur Pecung).**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka identifikasi dari masalah penelitian ini adalah:

---

<sup>15</sup> Syamsul Effendi, "Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam" Jurnal Kajian Ekonomi Syariah: MUTLAQAH, Vol, 1 No. 2 (2021), h.28-30

1. Kenaikan harga minyak goreng melonjak.
2. Kelangkaan minyak goreng disebabkan karena kenaikan harga CPO.
3. Pengaruh harga minyak goreng terhadap pendapatan UMKM.

### **C. Batasan Masalah**

Untuk menjaga agar pembahasan yang dilakukan tidak terlalu jauh dan meleber, maka penulis memberikan batasan masalah, yaitu:

1. Pada penelitian ini hanya terbatas pada 2 variabel penelitian, yaitu kenaikan harga minyak goreng dan pendapatan UMKM. Dimana variabel bebas (X) yaitu Kenaikan harga minyak goreng dan variabel terikat (Y) yaitu Pendapatan UMKM.
2. Pada penelitian ini menggunakan subjek pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Sumur Pecung.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kenaikan harga minyak goreng berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah?.
2. Seberapa besar berpengaruhnya kenaikan harga minyak goreng terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah?.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kenaikan harga minyak goreng berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah.
2. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruhnya kenaikan harga minyak goreng terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

- a) Hasil penelitian diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dalam konteks yang lebih luas.
- b) Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dasar bagi pihak yang membutuhkan baik bersifat akademik maupun non akademik.

## 2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan masukan bagi pemerintah.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.

## **G. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Sebagai rujukan dari penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berupaya mencari referensi hasil penelitian terdahulu untuk membantu proses pengkajian penelitian ini. Maka penelitian terdahulunya adalah

**Table 2. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

NO	Peneliti	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kesimpulan
1	Siti Nurhidayah, H. Maskur, Prihatin dan Ade Mayvita <sup>16</sup>	Jenis penelitian, menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jumlah sampel 90 responden.	Teknik pengambilan sampel sampling insidental (accidental sampling). Menggunakan Rumus Hair. Metode analisis data, persamaan regresi linear berganda. Jenis data primer, Sampel konsumen yang melakukan pembelian atas produk Minyak Goreng Tropical di Banjarmasin.	Variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng Tropical.

---

<sup>16</sup> Siti Nurhidayah, H. Maskur, dan Prihatin Ade Mayvita, "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian minyak goreng tropical di Banjarmasin" Jurnal SKRIPSI Repository (27 September 2021)

2	Sofiyana Tengku Syarifah, dan Heri Prasuhandha Manurung <sup>17</sup>	Jenis data, menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data, menggunakan teknik kuesioner, dan wawancara.	Sampel toko Cakrawala Grosir Teknik pengambilan sampel probability sampling Jumlah sampel, 93 responden, Rumus Slovin. Analisis data, persamaan regresi linear berganda. Jumlah Variabel, terdapat 4 variabel ( $X^1$ , $X^2$ , $X^3$ dan $Y$ ).	Variabel produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cakrawala.
3	Cika Irlia Azzahra, Suyanto, dan Elmira Febri Darmayanti <sup>18</sup>	Jenis penelitian, menggunakan penelitian kuantitatif	Teknik pengambilan sampel, convenience sampling.	Kreativitas, modal usaha, diversifikasi produk, dan kebijakan

<sup>17</sup> Sofiyana, Tengku Syarifah, dan Heri Prasuhandha Manurung, "Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sinolin pada Toko Cakrawala Grosir di Hessa Kabupaten Asahan", Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains, Vol. 1, No. 1 (2019)

<sup>18</sup> Cika Irlia Azzahra, Suyanto, dan Elmira Febri Darmayanti, "Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi produk dan kebijakan pemerintah terhadap keberlanjutan bisnis UMKM (studi pada Umkm bidang

			Jumlah sampel 86 responden Rumus Slovin. Populasi pelaku UKM bidang perdagangan di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro. Analisis data persamaan regresi linear berganda Variabel, terdapat 5 variabel ( $X^1$ , $X^2$ , $X^3$ , $X^4$ dan $Y$ ).	pemerintah berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UKM.
4	Faliana Daniel Sandala, Altje L. Tumbel, dan Jeffry L.A. Tampenawas <sup>19</sup>	Teknik Analisis data, menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi	Jumlah sampel, 100 responden, rumus slovin. Analisis data, persamaan regresi linear berganda	Kelompok referensi, persepsi harga dan store atmosphere secara

perdagangan di kelurahan Iringmulyo kota Metro)", Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol. 2 No. 1 (April 2021)

<sup>19</sup> Faliana Daniel Sandala, Altje L. Tumbel, dan Jeffry L.A. Tampenawas, "Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Baenji Café di Sario Kecamatan Sario", Jurnal EMBA, Vol. 9 No. 1 (Januari 2021)



		klasik dan uji hipotesis. Jenis penelitian, metode asosiatif	Variabel, terdapat 4 variabel ( $X^1$ , $X^2$ , $X^3$ dan $Y$ ).	simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Basenji Café Sario.
5	Eriyana Hernaeti, Otik Nawansih, Tanto Pratondo Utomo, dan Sri Hidayat <sup>20</sup>	Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif.	Analisis data kuantitatif, metode perhitungan Economic Order Quantity, Safety Stock, Recorder Point dan Total Inventory Cost. Populasi UKM Askhan Jaya	Nilai EEK keripik pisang berdasarkan kebijakan Askha Jaya mampu menghemat persediaan. Pengendalian persediaan kripik pisang original dan minyak goreng di

<sup>20</sup> Eriyana Hernaeti, Otik Nawansih, Tanto Pratondo Utomo, dan Sri Hidayat, "Analisis Pengendalian Persediaan Kripik Pisang dan Minyak Goreng pada UKM Askha Jaya Menggunakan Metode Economic Order Quantity" Jurnal Agroindustri Berkelanjutan, Vol. 1 No.1 (2020)

				Askha Jaya masih menggunakan data masa lalu.
6	Agus Dwi Cahya, Ummi Sangidah dan Danda Rukmana <sup>21</sup>	Teknik pengambilan data menggunakan Purposive Sampling. Teknik Analisis data, menggunakan Uji kualitas data, Uji asumsi klasik, dan Uji Hipotesis.	Variabel, terdapat 3 variabel ( $X^1$ , $X^2$ dan Y). Populasi, konsumen yang pernah membeli produk pakaian di Toko Azam Kecamatan Rantau Rasau. Jumlah sampel, 50 responden Analisis data, persamaan regresi linear berganda.	Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Azam.

---

<sup>21</sup> Agus Dwi Cahya, Ummi Sangidah dan Danda Rukmana, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur", Jurnal Mirai Manajemen, Vol. 6 No. 1 (2021)

7	Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja dan Dian Marlina Verawati <sup>22</sup>	Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel, menggunakan Purposive sampel. Jenis data, menggunakan data primer dan sekunder	Jumlah sampel, 385 responden Populasi, dalam customer yang membeli ayam goreng crispy kaki lima di JABODETABEK.	Produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan partial terhadap keputusan pembelian ayam goreng crispy kaki lima di JABODETABEK.
8	Hartono, dan Deny Dwi Hartono <sup>23</sup>	Teknik Pengambilan sampel, menggunakan	Populasi, seluruh UMKM yang terdapat di kota Surakarta yang	Pemetaan kondisi kinerja UMKM di

<sup>22</sup> Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja dan Dian Marlina Verawati, "Apakah harga menjadi penentu utama pembelian jajanan ayam goreng Crispy Kaki Lima?" Al Tijarah: Vol. 6 No. 2,( December 2020)

<sup>23</sup> Hartono, dan Deny Dwi Hartono, "Faktor-Fatktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 14, No. 1 (2018)

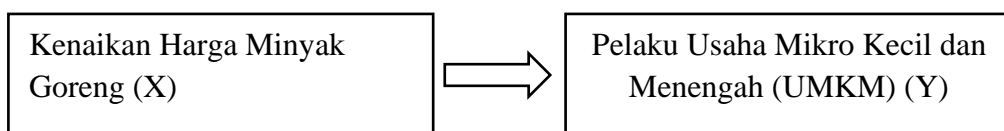
		teknik Purposive Sampling. Jenis data, menggunakan data Primer dan Sekunder. Teknik pengumpulan data, menggunakan teknik Kuesioner, Wawancara dan Observasi.	terdiri dari Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Mikro Jumlah sampel, 91 responden.	Surakarta rata-rata menghadapi permasalahan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi.
--	--	--	---	--

## H. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2009). Pada penelitian ini menggambarkan hubungan antara kenaikan harga minyak goreng terhadap pelaku Usaha Mikro

Kecil dan Menengah. Kedua variabel ini akan dianalisis dalam penelitian sehingga akan diketahui seberapa berpengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

**Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran**



## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menjadikan pembahasan lebih terarah dan berstruktur.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori atau definisi yang menjadi landasan penelitian tentang

kenaikan harga minyak goreng, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dimana pada landasan teori ini berguna untuk menganalisis data temuan lapangan. Hubungan antar Variabel dan Hipotesa.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis dan Pendekatan Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

### **BAB VI PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan gambaran umum objek penelitian, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.