

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk hidup layak dalam masyarakat, orang membutuhkan aneka ragam barang dan jasa, yang tidak dapat diusahakan sendiri terpaksa harus dibeli. Dibeli berarti harus membayar harganya. Berapa jumlah dari suatu barang tertentu yang dibeli oleh masyarakat tergantung dari beberapa faktor. Pertama, berapa jumlah pembelinya. kedua, berapa banyak uang yang mereka miliki untuk dibelanjakan. Ketiga, berapa mahal harga barang itu. Keempat, berapa harga barang-barang lain termasuk kebutuhan pokokkah barang itu, kelima mode dan selera konsumen, gengsi dalam masyarakat dan masih banyak lainnya lagi.¹

Masyarakat seringkali membeli barang sesuai dengan keinginannya bukan suatu kebutuhan. Banyak faktor-faktor yang menyebabkan mengapa masyarakat sering kali membeli barang yang bukan kebutuhan, misalnya saja ketika masyarakat memiliki pendapatan yang meningkat, jadi dengan pendapatan yang meningkat masyarakat bisa menjadi konsumtif atau saja karena alasan gengsi, karena faktor lingkungan yang menjadi masyarakat konsumtif.

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu, perusahaan-perusahaan dan masyarakat secara keseluruhannya akan menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi, yaitu persoalan yang menghendaki seseorang atau suatu perusahaan ataupun suatu

¹ T. Gilarso, Pengantar Ekonomi Mikro Edisi Revisi, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 17

masyarakat membuat keputusan tentang cara yang terbaik untuk melakukan suatu kegiatan ekonomi.²

Kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang rutin setiap hari kita lakukan. Sebagai konsumen sudah pasti memerlukan barang dan jasa untuk kebutuhan dan pemuasan kebutuhan. Akan tetapi, setiap kebutuhan manusia akan barang dan jasa yang jumlahnya tidak terbatas, dan konsumen tidak akan pernah merasa puas terhadap apa yang diinginkannya. Maka dari itu, manusia akan terus menerus membutuhkan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-harinya.

Tiap barang dan faktor produksi mempunyai harga. Yang dimaksud harga adalah nilai yang dinyatakan dalam suatu komoditi dalam bentuk uang. Suatu barang mempunyai harga karena barang itu berguna (mempunyai kegunaan) dan langka. Artinya, jumlah yang tersedia kurang di bandingkan dengan jumlah yang diperlukan. Jika hanya satu dari dua syarat tersebut yang dipenuhi, maka barang tersebut tidak mempunyai harga. Harga ditentukan oleh dua kekuatan yaitu permintaan dan penawaran.³ Permintaan (demand) adalah kesediaan dan kemampuan pembeli untuk membeli barang dan jasa dengan harga yang berbeda-beda. Sedangkan penawaran (Supply) adalah jumlah barang dan jasa yang dijual dengan harga yang berbeda-beda.⁴ Jadi, permintaan selalu berhubungan dengan pembeli, sedangkan penawaran

² Sadono Sukirno, *MikroEkonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013),4

³ Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro Edisi Revisi* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1994), 1

⁴ Louis E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer Edisi 13* (Jakarta: Salemba Empat, 2010) 77

berhubungan dengan penjual. Apabila antara penjual dan pembeli berinteraksi, maka terjadilah kegiatan jual beli. Pada saat terjadi kegiatan jual beli dipasar, antara penjual dan pembeli akan melakukan tawar menawar untuk mencapai kesepakatan harga. Pembeli selalu menginginkan harga yang murah, agar dengan uang yang dimilikinya dapat memperoleh barang yang banyak. Sebaliknya, penjual menginginkan harga yang tinggi, dengan harapan ia dapat memperoleh keuntungan yang banyak. Perbedaan itulah yang dapat menimbulkan tawar menawar harga.

Kenaikan harga merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang/produk. Karena dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Berdasarkan hukum permintaan yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.⁵ Adanya masalah kenaikan harga suatu produk bisa saja tidak berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Karena alasan kualitas produk yang sangat baik dan selera konsumen atau bisa saja karena alasan gengsi dalam masyarakat yang mengharuskan seseorang dengan terpaksa membeli barang tersebut dalam keadaan barang sedang mengalami kenaikan harga. Para produsen pun harus memberikan harga yang adil bagi para konsumen.

⁵ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, , 76

Rasulullah bersabda dalam suatu riwayat hadits Abu Daud, Ibn Majah dan Tirmidzi yang menjelaskan :

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ (رواه أبو داود ابن
ماجه الترمذي)

“*Sesungguhnya Allahlah zat yang menetapkan harga, yang menahan, yang mengulurkan, dan yang maha pemberi rizki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorangpun yang menuntutku atas ke dzaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta.*” (H.R. Abu Daud, Ibn Majah, dan At-Tirmidzi)⁶

Jadi, hadits diatas menjelaskan bahwa Allahlah yang menetapkan harga, dan memberikan rizki kepada umatnya. Manusia sebagai makhluk Allah hanya bisa berusaha dan berdo'a kepada-Nya karena Allah lah yang maha pemberi rezeki dan pemberi kemudahan bagi setiap hambanya.

Permintaan akan suatu komoditi timbul karena keinginan konsumen dan kemampuannya (dari hasrat atau keinginan yang didukung dengan pendapatan) untuk membeli suatu komoditi. Teori permintaan konsumen (*consumer demand theory*) mempostulatkan bahwa jumlah komoditi yang diminta merupakan suatu fungsi dari, atau bergantung pada harga komoditi tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditi yang berhubungan (komplementer atau substitusi), dan selera

⁶ Al-Hafidh Ibnu Hajar Asqalany, *Tarjamah Bulughul Maram*, (Bandung: Alma'arif, 1996), 298

konsumen.⁷ Untuk itu, masyarakat harus pintar mengelola keuangannya, membatasi atau bahkan tidak membeli barang-barang yang tidak penting,

Daya Beli adalah kemampuan masyarakat dalam membelanjakan uangnya dalam bentuk barang maupun jasa. Kemampuan daya beli antar daerah berbeda-beda. Semakin rendahnya nilai daya beli suatu masyarakat berkaitan erat dengan kondisi perekonomian pada saat itu yang sedang memburuk yang berarti semakin rendah kemampuan masyarakat membeli suatu barang atau jasa.

Dalam jurnal Zarkasi menyebutkan bahwa Sukirno mengatakan bahwa Kalau pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan kata lain, kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi lebih kecil dari sebelumnya. Maka kenaikan harga menyebabkan konsumen mengurangi jumlah berbagai barang yang dibelinya, termasuk barang yang mengalami kenaikan harga.⁸

Menurut profil desa, wilayah kelurahan sumur pecung dengan luas wilayah 326 Ha dan didominasi oleh area pemukiman seluas 200 Ha dan area perkebunan seluas 3,5 Ha. Dan dari jumlah penduduk 23,675 jiwa, tercatat 2020 masyarakatnya tidak mempunyai pekerjaan tetap dan 1071 sebagai karyawan perusahaan swasta. Karena kelurahan

⁷ Dominick Salvatore, *Managerial Economics Dalam Perekonomian Global Edisi Ke Empat Jilid 1* (Jakarta : Erlangga, 2001), 91

⁸ Zarkasi, "Pengaruh Pengangguran Terhadap Daya Beli Masyarakat Kalbar". *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*. Volume 4 Nomor 1 Maret 2014, 48-49

sumur pecung adalah pemukiman kota untuk itu masyarakatnya tidak memanfaatkan lahan perkebunannya dengan baik dan lebih memilih untuk menjadi pegawai swasta. Kelurahan sumur pecung didominasi dengan mata pencaharian pokoknya adalah sebagai karyawan perusahaan swasta dengan gaji minimum. Ketika kenaikan harga komoditas pokok naik, pendapatan tidak di imbagi dengan kenaikan komoditas pokok. Tetapi karena kelurahan sumur pecung berada di daerah perkotaan jadi belum tentu daya belinya mengalami penurunan terhadap pembelian komoditas pokok karena bisa jadi masyarakat sumur pecung tidak akan menurunkan pembeliannya terhadap komoditas pokok karena alasan kualitas produk yang sangat baik dan selera konsumen atau bisa saja karena alasan gengsi dalam masyarakat yang mengharuskan seseorang dengan terpaksa membeli barang tersebut dalam keadaan barang sedang mengalami kenaikan harga.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kenaikan harga komoditas pokok berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :**“Pengaruh Kenaikan Harga Komoditas Pokok Terhadap Daya Beli Masyarakat (Studi Rumah Tangga Kelurahan Sumur Pecung Kota Serang)”**.

B. Pembatasan Masalah

Dalam skripsi ini peneliti akan membatasi permasalahan yang akan dibahas, agar lebih terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta dengan pembahasannya, dengan tujuan agar penelitian tidak

menyimpang dari sasaran. maka penulis membatasi sejauh mana pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat di Kelurahan Sumur Pecung kota Serang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kenaikan harga komoditas pokok berpengaruh terhadap daya beli masyarakat?
2. Berapa besar pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat

E. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan hipotesis tentang kenaikan harga komoditas pokok terhadap daya beli masyarakat

2. Secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan dalam mengungkapkan permasalahan sejenis bagi penelitian lain.

F. Kerangka Pemikiran

Pemerintah sampai saat ini belum memiliki daftar komoditi bahan pangan pokok (Bapok) yang konsisten. Terdapat perbedaan pandangan tentang komoditi Bapok antar lembaga pemerintah, misalnya Surat Keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian No. Kep-28/M.EKON/05/2010 dan Renstra Kementerian Perdagangan 2010-2014 memasukkan komoditi Bapok yang berbeda. Menurut Surat Keputusan Menko Perekonomian No. Kep-28/M.EKON/05/2010 Tahun 2010 tentang Tim Koordinasi Stabilisasi Pangan Pokok, meliputi: beras, gula, minyak goreng, terigu, kedelai, daging sapi, daging ayam, dan telur ayam. Sedangkan Rencana Strategis Badan Ketahanan Pangan 2010-2014 (Kementerian Pertanian, 2010) mengelompokkan komoditas pangan penting ke dalam dua kelompok yaitu pangan nabati dan pangan hewani. Pangan nabati terdiri dari 10 komoditi yang terdiri dari beras, jagung, kedelai, kacang tanah, ubi kayu, ubi jalar, sayuran, buah-buahan, minyak goreng dan gula putih. Sedangkan pangan hewani terdiri dari lima komoditi yang meliputi daging sapi dan kerbau, daging ayam, telur, susu, dan ikan.⁹

⁹ Dwi Wahyuniarti Prabowo, “*Pengelompokan Komoditi Bahan Pangan Pokok Dengan Metode Analytical Hierarchy Process*” (Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, BP2KP, Kementerian Perdagangan - RI, 2014)

Kasmir menyebutkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harga yaitu :

- a) Permintaan dan penawaran, permintaan dapat mempengaruhi tingkat harga, apabila permintaan akan suatu barang meningkat biasanya harga yang ditawarkan murah, begitupun sebaliknya apabila permintaan suatu barang menurun biasanya harga yang ditawarkan meningkat.
- b) elastisitas permintaan, elastisitas permintaan karena adanya perubahan harga pada jumlah barang yang diminta, selain itu dapat mempengaruhi volume penjualan juga.
- c) karena adanya persaingan, penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.¹⁰

Selain ketiga faktor diatas tingkat harga juga dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya produksi juga dapat mempengaruhi tingkat harga suatu barang. Apabila harga suatu barang dapat menutup jumlah biaya produksi maka produsen akan mendapatkan keuntungan, begitupun sebaliknya, apabila harga suatu barang tidak dapat menutupi biaya produksi maka produsen akan mengalami kerugian. Naiknya mata uang asing juga termasuk faktor yang mempengaruhi tingkat harga, naiknya mata uang asing, misalnya US dollar dapat menyebabkan kenaikan harga-harga di pasaran. Terutama, bagi para produsen yang mendapatkan bahan baku import untuk memproduksi barangnya.

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 177

Pelaku ekonomi atau rumah tangga baik ditingkat keluarga maupun pemerintah pasti membutuhkan biaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Kebutuhan tersebut diperoleh dari pendapatan seluruh anggota keluarga tersebut. Pendapatan dan pengeluaran dalam suatu rumah tangga pasti berbeda-beda. Pendapatan dapat digunakan untuk pengeluaran konsumsi maupun tabungan. Pengeluaran untuk konsumsi tersalur ke pengeluaran pangan, sandang, perumahan, hiburan dan perawatan kesehatan, sedangkan bagian yang tidak dikonsumsi masuk ke dalam tabungan.

Menurut Keynes, ada dua faktor yang mempengaruhi konsumsi masyarakat yaitu faktor objektif dan subjektif. Faktor objektif diantaranya adalah harga komoditi dan tingkat suku bunga. Harga sangat penting dalam menentukan jumlah masing-masing komoditas yang akan dikonsumsi seseorang. Perubahan harga yang cukup besar akan menyebabkan perubahan daya beli atau pembelian yang besar pula. Demikian pula dengan tingkat suku bunga, bahwa keputusan masyarakat tentang berapa banyak yang harus ditabung dan berapa banyak yang akan dibelanjakan tidak dapat terlepas dari suku bunga. Faktor-faktor subjektif juga dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Keputusan untuk menabung dan mengkonsumsi tidak selalu dilatarbelakangi pertimbangan rasional tetapi juga faktor-faktor subjektif seperti gaya hidup mewah dan sifat kikir. Pada dasarnya perilaku konsumtif yang dilatarbelakangi oleh faktor subjektif bermula pada satu wilayah yaitu wilayah berfikir atau cara pandang seseorang. Cara pandang seseorang ditentukan oleh pengetahuan atau

tingkat pemahaman seseorang tentang suatu konsep. Oleh karena itu, keputusan rumah tangga dalam membelanjakan uangnya tidak hanya dipengaruhi oleh perhitungan rasional tentang prioritas kebutuhan yang harus dipenuhi, tetapi juga dilatarbelakangi oleh alasan-alasan yang tidak rasional yang bersifat psikososial.¹¹ Masyarakat seringkali membeli barang bukan sesuai dengan kebutuhannya tetapi sesuai dengan keinginannya. Banyak faktor-faktor yang menyebabkan mengapa masyarakat seringkali membeli barang yang bukan kebutuhan, misalnya saja ketika masyarakat memiliki pendapatan yang meningkat, jadi dengan pendapatan yang meningkat masyarakat bisa menjadi konsumtif atau saja karena alasan gengsi karena faktor lingkungan yang menjadi masyarakat konsumtif.

Daya beli masyarakat sangat dekat hubungannya dengan tingkat pendapatan masyarakat. Apabila tingkat pendapatan masyarakat tinggi maka akan berpengaruh pada kemampuan daya beli masyarakat. Pendapatan masyarakat erat hubungan dengan pekerjaan yang dilakukan. Keadaan tidak bekerja akan menyebabkan ketiadaan pendapatan yang akhirnya akan berdampak pada daya beli masyarakat.¹² Bagi kelompok masyarakat menengah, pilihannya melakukan penghematan konsumsi. Saat ini jika ingin membeli sesuatu harus berpikir dua kali. Karena melihat harga barang mulai naik dan

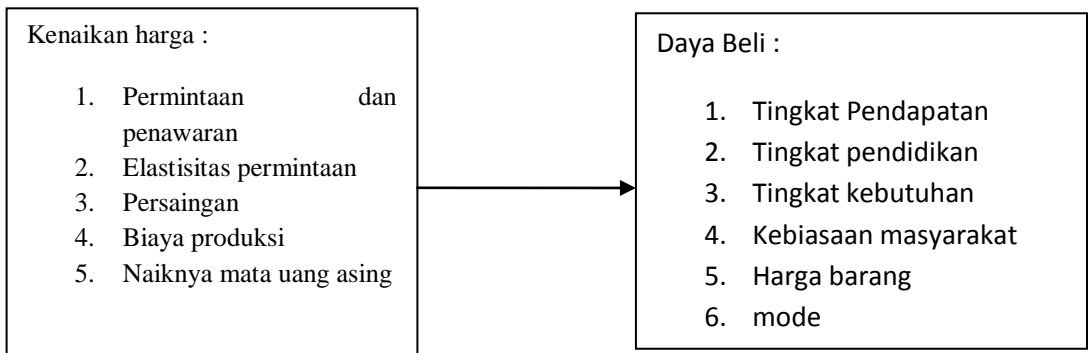
¹¹ Heru Nugroho, *“Globalisasi Perilaku Konsumtif dan konumerisme”* (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2000), 191

¹² Zarkasi, *“Pengaruh Pengangguran Terhadap Daya Beli Masyarakat**”*, 48-49

pendapatan tidak berubah tentu masyarakat melakukan pengetatan ikat pinggang.

Gambar 1.1

Faktor yang mempengaruhi kenaikan harga dan daya beli



Sumber : Penulis

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mengkaji dan mempermudah skripsi ini sevara keseluruhan, maka penulis akan menguraikan tentang sistematika penulisan sebagai berikut :

BA B I PENDAHULUAN, ini meliputi latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, ini meliputi tentang pengertian Teori Harga, Fungsi dan penentuan harga, permintaan dan penawaran, Konsep harga menurut Islam, teori konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi, pengaturan komoditas pokok, Pengertian daya beli, Faktor-

faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat, Penelitian terdahulu dan hipotesis.

- BAB III** **METODOLOGI PENELITIAN**, ini meliputi metode penelitian yang mencakup : ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan operasional variabel penelitian.
- BAB IV** **PEMBAHASAN**, ini meliputi pembahasan hasil penelitian yang mencakup gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil penelitian yang mencakup: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Determinasi, dan Perspektif Ekonomi Syariah.
- BAB V** **PENUTUP**, ini meliputi kesimpulan dan saran yang dapat penulis ajukan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan.