

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Teori Permintaan

1. Pengertian Permintaan

Menurut ilmu ekonomi, permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa *permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya*. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah *hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut*.¹

Jika seseorang mengatakan permintaan, maka yang di maksud adalah permintaan yang disertai daya beli terhadap suatu benda. Permintaan ini biasa dinyatakan dengan suatu kurva permintaan.² Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap suatu barang dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah) barang yang diminta. Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga dapat berubah-ubah sepanjang waktu. Perubahan tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan

¹Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 76

²Kadariah, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1994), 1

perekonomian dan pengaruh lainnya. Dengan demikian harga suatu barang dapat berbeda-beda pada jangka waktu tertentu. Kuantitas barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada jangka waktu tertentu disebut sebagai permintaan. Menurut Wijaya permintaan menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama suatu periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Winardi permintaan merupakan jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada saat tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Definisi lain mengatakan permintaan dalam terminologi ekonomi adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga.³

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu, atau sesuatu yang diinginkan oleh seseorang untuk dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴ Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.⁵

³Mujiyanto, *Analisis Permintaan Daging Sapi* (Manokwari, 2011), 5

⁴Ristania, Grandhys, *Pengaruh Harga Onderdil Terhadap Permintaan Konsumen*, Maret 2007

⁵Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, "*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Eceran Daging Sapi Dalam Negeri*" (Jakarta: Badan pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan, 2013), 7

Tabel 2.1
Perbedaan antara Permintaan dengan Jumlah Barang yang Diminta⁶

Permintaan	Jumlah Barang yang Diminta
1. Berbagai jumlah yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga	1. Jumlah yang diminta konsumen pada tingkat harga tertentu.
2. Ditunjukkan oleh kurva permintaan secara keseluruhan.	2. ditunjukkan oleh titik tertentu pada kurva permintaan.
3. naik apabila pendapatan konsumen naik, harga barang penggantinya naik, selera konsumen serta jumlah konsumen meningkat, dan intensitas kebutuhan juga meningkat.	3. naik apabila harganya turun.
4. turun apabila pendapatan konsumen turun, harga barang penggantinya turun, selera konsumen serta jumlah konsumen turun, dan intensitas kebutuhan jumlah turun.	4. turun apabila harga barang itu sendiri turun.

Permintaan berasal dari konsumen, dan penawaran berasal dari produsen. Dari definisi diatas, ada dua kata yang menjadi dasar pengertian permintaan. Pertama, konsumen ingin memiliki benda pemuas kebutuhan, dan yang kedua konsumen

⁶Aisyah Nur, Hartatik Fitria, *Ekonomi Jilid 1* (Klaten: CV. Sahabat, 2007),

memiliki kemampuan untuk memperolehnya. Jika kedua hal tersebut terpenuhi, berarti yang terjadi disini adalah permintaan efektif, dimana konsumen ingin dan mampu membeli benda pemuas kebutuhan.⁷

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan

Permintaan konsumen terhadap suatu barang ternyata tidak hanya berhubungan erat dengan harga barang tersebut, tetapi berhubungan erat pula dengan faktor lainnya. Menurut Wijaya terdapat banyak faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga barang itu sendiri. Faktor-faktor selain harga barang itu sendiri adalah selera atau preferensi konsumen, banyaknya konsumen di pasar, pendapatan, harga barang lain yang berhubungan dengan barang tersebut baik barang-barang substitusi maupun komplementer dan ekspektasi atau prakiraan akan harga-harga dan pendapatan dimasa depan. Sedangkan menurut Azzaino ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang, yaitu selera, jumlah anggota rumah tangga, tingkat pendapatan rumah tangga, tingkat pendapatan keluarga, distribusi pendapatan antar keluarga-keluarga, harga barang itu sendiri dan harga barang-barang lainnya sebagai barang substitusi. Selain itu menurut Soekirno besarnya permintaan suatu barang dipengaruhi oleh jumlah penduduk, tingkat pendapatan keluarga, cita rasa dan tingkat harga barang.⁸

⁷Wahyu Adji, Suwerli, Suratno, *Ekonomi Jilid 1* (Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2007), 57

⁸Mujiyanto, *Analisis Permintaan Daging Sapi* (Manokwari, 2011), 11

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diduga mempengaruhi besarnya permintaan adalah harga, pendapatan, harga barang lain, selera, ekspektasi akan terjadinya perubahan harga.

a. Harga

Harga barang akan mempengaruhi seseorang dalam membeli suatu barang, jika harga suatu barang mengalami kenaikan, orang akan mengurangi jumlah barang yang diminta. Begitu juga sebaliknya, orang akan menambah jumlah barang yang diminta jika harga menurun.

b. Pendapatan

Pendapatan seseorang dapat memengaruhi permintaan terhadap suatu barang, jika pendapatan seseorang meningkat, jumlah barang yang diminta orang tersebut juga bertambah dan begitu juga sebaliknya.

c. Harga barang lain

Jika harga barang lain mengalami penurunan, orang akan lebih banyak membeli barang yang mengalami penurunan tersebut dibandingkan dengan barang yang sebenarnya yang ingindibeli.

d. Selera

Selera merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang. Berapapun harga barang yang diturunkan jika konsumen tidak memiliki selera untuk menggunakan barang tersebut, tidak terjadi permintaan terhadap barang tersebut, begitu juga sebaliknya.

- e. Ekspektasi akan terjadinya perubahan harga

Perkiraan terhadap situasi masa yang akan datang juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang.

3. Kurva Permintaan

Kurva permintaan (*demand curve*) merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara harga dengan jumlah komoditas yang ingin dan dapat dibeli konsumen. Kurva ini digunakan untuk memperkirakan perilaku dalam pasar kompetitif dan seringkali digabung dengan kurva penawaran untuk memperkirakan titik ekuilibrium (saat jumlah penawaran dan permintaan sama).

Kurva permintaan juga dapat diartikan sebagai suatu kurva/garis yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga (P) barang tersebut. Kurva permintaan selalu berlereng negatif, artinya menurun dari kiri atas ke kanan bawah, hal ini disebabkan hubungan variabel Price dengan variabel Quantity berlawanan arah, dimana bila P bertambah (positif), maka Qd berkurang (negatif) atau sebaliknya.⁹ Dengan demikian kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai *suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.*¹⁰

Berdasarkan tabel permintaan, dapat digambarkan kurva permintaan. Kurva permintaan adalah garis yang

⁹Lia Amaliawati, Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, 39-40

¹⁰Sukirno Sadono, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, 77

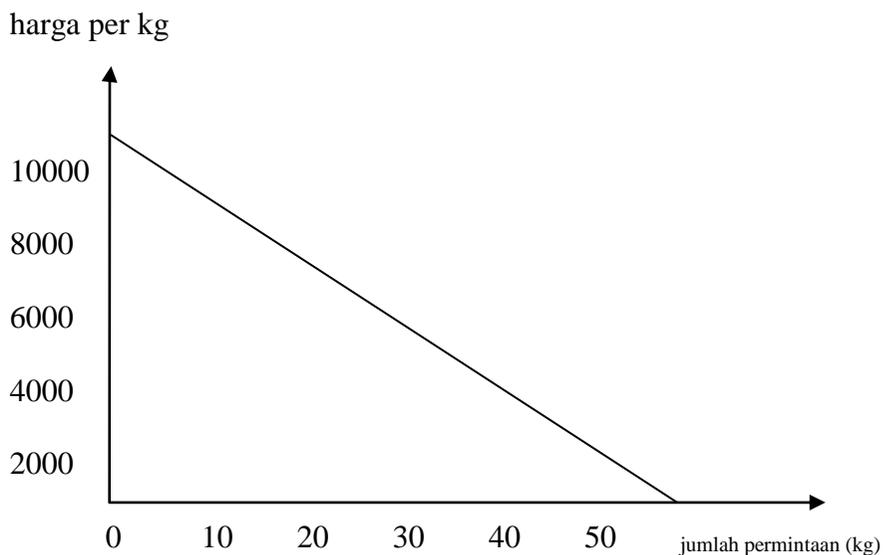
menghubungkan titik-titik potong antara harga dan kuantitas barang yang diminta. Berikut ini adalah ilustrasi permintaan Shinta terhadap harga apel untuk bulan Maret 2011.¹¹

Tabel 2.2

Kombinasi	Harga apel per kg	Jumlah permintaan
A	Rp 10.000,00	10 kg
B	Rp 8.000,00	20 kg
C	Rp 6.000,00	30 kg
D	Rp 4.000,00	40 kg
E	Rp 2.000,00	50 kg

Berdasarkan table permintaan diatas, dapat digambarkan kurva permintaan Shinta sebagai berikut:

Gambar 2.1



¹¹Alam, *Seri Pendalaman Materi Ekonomi* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), 15

4. Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta, atau merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat-sifat hubungan antara permintaan terhadap sesuatu barang dengan harganya.

Hukum permintaan ini berlaku dalam keadaan **ceteris paribus**, artinya hukum permintaann tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap), *faktor lain selain faktor harga dianggap tidak berubah atau diasumsikan tetap nilainya. Sehingga hukum permintaan dapat diformulasikan sebagai berikut: $QD = f(X1)$ $\rightarrow QD = f(\text{price})$* ¹²

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi jumlah permintaan, diantaranya harga barang dan jasa itu sendiri, harga barang dan jasa lain, pendapatan, selera, serta jumlah penduduk. Namun, kita akan sulit memahami variabel tersebut dalam waktu bersamaan.

*Hukum permintaan berbunyi sebagai berikut: apabila harga suatu barang dan jasa meningkat, jumlah barang yang diminta akan menurun. Sebaliknya, apabila harga suatu barang dan jasa menurun, jumlah barang yang diminta meningkat.*¹³

¹²Lia Amaliawati, Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, 38

¹³Rusdarti, Kusmuriyanto, *Ekonomi Fenomena di Sekitar Kita*, 69

5. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan yaitu suatu kajian matematis yang digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dan harga. fungsi permintaan yang memperlihatkan keterkaitan antara variabel jumlah permintaan dengan variabel-variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhinya.¹⁴

Fungsi permintaan adalah hubungan sistematis antara permintaan dengan faktor-faktor yang memengaruhinya. $Q_x = f(P_x, P_y, Y, Y_{dist}, sel, pen, perk, prom)$

Keterangan : Q_x = permintaan barang x
 P_x = harga barang x
 P_y = harga barang Y
 Y = pendapatan masyarakat
 Y_{dist} = distribusi pendapatan
 Sel = selera atau kebiasaan
 Pen = jumlah penduduk
 $Perk$ = perkiraan
 $Prom$ = promosi, dsb

Secara spesifik, fungsi permintaan diatas dapat di sederhanakan dengan menggunakan teori permintaan, yaitu menggambarkan pengaruh tingkat harga terhadap jumlah permintaan sebagai berikut $Q_x = f(P_x)$ atau $Q_x = a - bP$. Tanda operasional negatif (-) menunjukkan bahwa antara tingkat harga

¹⁴Lia Amaliawati, Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, 37

dan permintaan barang berhubungan negatif atau menunjukkan arah yang berlawanan.¹⁵

6. Elastisitas permintaan

Aspek yang memberikan arti penting bagi analisis ekonomi adalah konsep elastisitas. Elastisitas merupakan suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel yang mempengaruhi. Dikenal ada tiga elastisitas permintaan, yaitu elastisitas pendapatan, elastisitas harga barang itu sendiri, dan elastisitas silang.

a. Elastisitas pendapatan

Konsep elastisitas pendapatan merupakan hubungan antara perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan pendapatan.

b. Elastisitas harga

Konsep elastisitas harga digunakan untuk mengukur derajat kuantitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan harga barang itu sendiri

c. Elastisitas silang

Elastisitas silang dapat diartikan sebagai tingkat kepekaan suatu barang yang diakibatkan oleh perubahan harga barang lain.

Di dalam ilmu ekonomi dikenal dua macam elastisitas, yaitu elastisitas permintaan (*demand elasticity*), dan elastisitas penawaran (*supply elasticity*). Sejumlah jenis barang mungkin

¹⁵Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Serang: Media Madani Publishing, 2016), 19

mengalami lonjakan ataupun penurunan permintaan yang cukup besar. Namun beberapa jenis barang lainnya mungkin tidak terlalu terpengaruh penjualannya. Inilah yang disebut dengan elastisitas permintaan. Bila di definisikan, elastisitas permintaan adalah *besar perubahan permintaan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan harga*. Sebuah permintaan dikatakan elastis jika kuantitas barang yang diminta akan berubah banyak akibat harga berubah. Sebaliknya, permintaan dikatakan inelastis bila kuantitas barang yang diminta hanya sedikit berubah akibat harga berubah.¹⁶

Elastisitas yaitu untuk mengukur kepekaan dari satu variabel terhadap yang lainnya. Secara spesifik, elastisitas adalah suatu bilangan yang menginformasikan kepada kita persentase perubahan yang terjadi pada satu variabel sebagai reaksi terhadap perubahan 1% pada variabel lain. Salah satu karakteristik dari kurva atau fungsi permintaan ialah derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang memengaruhinya. Ukuran derajat kepekaan ini disebut elastisitas. Elastisitas permintaan mengukur perubahan relatif dalam jumlah unit barang yang dibeli sebagai akibat perubahan salah satu faktor yang memengaruhinya. Ada beberapa macam konsep elastisitas yang berhubungan dengan permintaan.¹⁷

Elastisitas permintaan mengukur perubahan relatif dalam jumlah unit barang yang dibeli sebagai akibat perubahan salah satu faktor yang memengaruhinya (*ceteris paribus*).

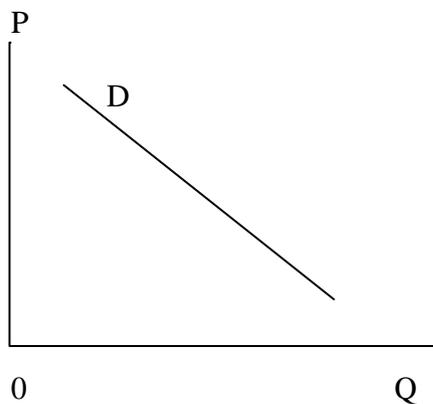
¹⁶Wahyu Adji, Suwerli, Suratno, *Ekonomi Jilid 1*, 73

¹⁷Nur Rianto, EuisAmalia, *Teori Mikro ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2010), 55

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan:

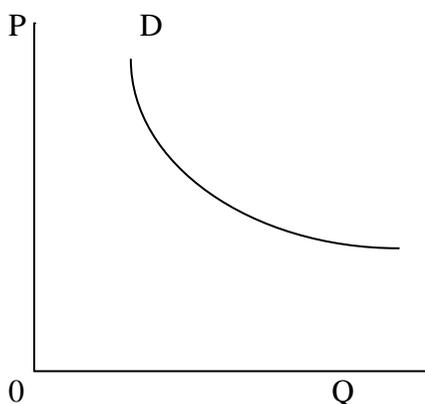
- a. Posisi suatu barang atau jasa dalam tingkatan kebutuhan manusia, apakah kebutuhan primer, sekunder, atau tersier. Semakin tinggi posisi produk dalam tingkat intensitas kebutuhan, maka permintaannya semakin inelastis.
- b. Ketersediaan barang substitusi, apabila suatu produk mempunyai substitusi atau penggantinya, maka permintaan produk tersebut cenderung elastis. Ini disebabkan karena apabila harga produk tersebut naik, konsumen dapat membeli produk lain yang menjadi substitusinya.
- c. Besarnya persentase dari pendapatan konsumen yang dibelanjakan untuk membeli suatu barang. Bila persentase pendapatan konsumen yang digunakan untuk membeli barang tersebut tidak begitu besar, maka perubahan harga tidak akan begitu mempengaruhi jumlah permintaan, sehingga permintaan sifatnya inelastis.

Gambar 2.2
Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan



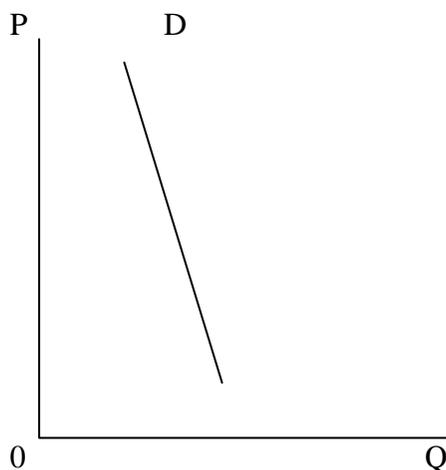
1. Elastis $E > 1$

Barang dikatakan elastis sempurna bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas lebih besar daripada satu. Hal ini terjadi bila jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga barang tersebut.



2. Elastis uniter $E = 1$

Barang dikatakan elastis uniter bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas sebesar satu. Persentase perubahan harga direspon proporsional terhadap persentase jumlah barang yang diminta.



3. Tidak elastis $E < 1$

Barang dikatakan tidak elastis bila persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada persentase perubahan harga sehingga koefisien elastisitas permintaannya antara nol dan satu. Artinya, apabila persentase perubahan barang yang diminta lebih kecil dari persentase perubahan harga maka hal tersebut bisa dikatakan tidak elastis.

a. Tingkat elastisitas permintaan

Perhitungan koefisien elastisitas permintaan mempunyai lima kemungkinan hasil. Lima kemungkinan hasil itu adalah sebagai berikut:

1. Permintaan elastis, situasi ini terjadi apabila nilai koefisien elastisitas permintaan lebih besar dari satu. Ini terjadi apabila persentase perubahan permintaan lebih besar dari persentase perubahan harga.
2. Permintaan enelastis, situasi ini terjadi apabila nilai koefisien elastisitas permintaan kurang dari satu. Ini terjadi bila persentase perubahan permintaan lebih kecil dari persentase perubahan harga.
3. Permintaan elastis uniter, situasi ini terjadi apabila nilai koefisien elastisitas permintaan sama dengan satu. Ini terjadi bila persentase perubahan permintaan sama dengan persentase perubahan harga.
4. Permintaan elastis sempurna, situasi ini terjadi apabila nilai koefisien elastisitas permintaan sama dengan tidak terhingga. Ini terjadi bila jumlah permintaan tidak

terbatas pada tingkat harga tetap. Situasi seperti ini dapat kita temukan pada pasar BBM.

5. Permintaan inelastis sempurna, situasi ini terjadi apabila nilai koefisien elastisitas permintaan sama dengan nol. Ini terjadi bila jumlah permintaan selalu tetap pada tingkat harga berapapun.¹⁸

b. Faktor Penentu Elastisitas Permintaan

1. Produk substitusi

Semakin banyak produk pengganti (substitusi), permintaan akan semakin elastis. Hal ini dikarenakan konsumen dapat dengan mudah berpindah ke produk substitusi jika terjadi kenaikan harga, sehingga permintaan akan produk akan sangat sensitif terhadap perubahan harga.

2. Prosentase pendapatan yang dibelanjakan

Semakin tinggi bagian pendapatan yang digunakan untuk membelanjakan produk tersebut, maka permintaan semakin elastis. Produk yang harganya mahal akan membebani konsumen ketika harganya naik, sehingga konsumen akan mengurangi permintaannya. Sebaliknya pada produk yang harganya murah.

3. Produk mewah versus kebutuhan

Permintaan akan produk kebutuhan cenderung tidak elastis, dimana konsumen sangat membutuhkan produk tersebut dan mungkin sulit mencari substitusinya. Akibatnya, kenaikan harga cenderung tidak menurunkan

¹⁸Wahyu Adji, Suwerli, Suratno, *Ekonomi Jilid 1*, 74-76

permintaan. Sebaliknya, permintaan akan produk mewah cenderung elastis, dimana barang mewah bukanlah sebuah kebutuhan dan substitusinya lebih mudah dicari. Akibatnya, kenaikan harga akan menurunkan permintaan.

4. Jangka waktu permintaan dianalisis

Semakin lama jangka waktu permintaan dianalisis, semakin elastis permintaan akan suatu produk. Dalam jangka pendek, kenaikan harga yang terjadi di pasar mungkin belum disadari oleh konsumen, sehingga mereka tetap membeli produk yang biasa dikonsumsi. Dalam jangka panjang, konsumen telah menyadari kenaikan harga, sehingga mereka akan pindah ke produk substitusi yang tersedia. Selain itu, dalam jangka panjang kualitas dan desain produk juga berubah, sehingga lebih mudah menyebabkan konsumen pindah ke produk lain.

B. Teori Harga

1. Pengertian Harga

Di pasar, para pembeli akan selalu melakukan permintaan terhadap barang-barang yang dibutuhkan dan penjual akan selalu menawarkan barang dagangannya. Kesepakatan antara permintaan oleh pembeli dan penawaran dari penjual akan membentuk harga keseimbangan. Harga yang terbentuk dipasar merupakan harga keseimbangan. Harga keseimbangan adalah harga yang terbentuk pada tingkat jumlah yang diinginkan penjual sama dengan jumlah yang diinginkan

pembeli. Dengan kata lain, *equilibrium*, yaitu titik pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran.

Menurut Alfred Marshall, tingkat harga keseimbangan dapat dicapai pada beberapa kemungkinan, diantaranya suatu periode ketika penawaran tetap sehingga harga mengikuti permintaan pasar dan suatu periode jangka pendek ketika faktor produksi dapat berubah dan penawaran dapat dinaikkan sampai dicapai kapasitas maksimum.¹⁹ Yang dimaksud dengan harga adalah tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain. Harga ditentukan oleh dua kekuatan, ialah permintaan dan penawaran, yang saling berjumpa dalam *pasar*.²⁰

Jadi harga adalah variabel penting yang digunakan oleh konsumen karena berbagai alasan, baik karena alasan ekonomis yang akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu variabel penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, juga alasan psikologis dimana harga sering dianggap sebagai indikator kualitas dan oleh karena itu penetapan harga sering dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan.

2. Penetapan Harga

Jika harga suatu barang dianggap terlalu tinggi sehingga tidak dapat dijangkau lagi oleh masyarakat, maka pemerintah dapat menetapkan harga maksimum atau biasa disebut **Harga**

¹⁹Rusdarti, Kusmuriyanto, *Ekonomi Fenomena di Sekitar Kita* (PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), 84-85

²⁰Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1994), 1

Eceran Tertinggi (HET) atau *ceiling price*. Maksud HET ialah bahwa suatu barang tidak boleh di jual dengan harga lebih tinggi dari pada yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Kalau HET ditetapkan sama dengan atau lebih tinggi dari pada harga keseimbangan sebagaimana ditentukan oleh *supply* dan *demand* di pasaran, maka penetapan harga ini tidak banyak pengaruhnya; paling-paling untuk mencegah para penjual menaikkan harga lebih dari pada batas yang ditetapkan itu.²¹

Harga marjinal dalam keadaan tidak pasti (*marginalist pricing under uncertainty*) Ada 3 (tiga) cara yang paling utama dalam praktik penentuan harga marginal pada situasi ketidakpastian yaitu;

- a. *Given estimated demand and marginal cost curves.*
- b. *Given estimated price elasticity and marginal cost.*
- c. *Given estimates of incremental costs and revenues*

Pada situasi dimana perkiraan kurva permintaan dan kurva ongkos diketahui, maka penentuan harganya adalah dengan menyamakan $MR = MC$ didapat tingkat *output* yang memenuhi persyaratan tersebut. Kemudian besarnya tingkat *output* tersebut dimasukkan pada persamaan kurva permintaannya di dapat harga yang diinginkan untuk mencapai keuntungan maksimum.²²

²¹Gilarso, *Pengantarilmuekonomimikro* (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 81

²²Iwardono, *EkonomikaMikro* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1989), 213-

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga:

Dalam menetapkan harga suatu produk dan jasa, perusahaan perlu mempertimbangkan dua faktor berikut:

a. Faktor Internal Perusahaan

Faktor ini berasal dari dalam perusahaan, meliputi :

1. Tujuan pemasaran perusahaan semakin jelas tujuan suatu perusahaan, semakin mudah pula perusahaan tersebut dalam menetapkan harganya. Tujuan tersebut dapat berupa maksimalisasi keuntungan masa sekarang, untuk kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, dan meraih kepemimpinan dalam hal kualitas produk, dan lain-lain.
2. Strategi bauran pemasaran harga, merupakan salah satu alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Perusahaan juga seringkali menempatkan produk mereka melalui harga, dimana harga dalam hal ini menjadi factor yang menentukan pasaran produk, persaingan, dan rancangan produk.
3. Biaya, biaya menjadi dasar harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya agar tidak mengalami kerugian.
4. Pertimbangan organisasi perusahaan-perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, dan bukan oleh departemen pemasaran atau penjualan. Dalam perusahaan besar,

penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer-manajer divisi ataupun lini produk.

b. Faktor Eksternal Perusahaan

Faktor ini berasal dari luar perusahaan, meliputi:

1. Pasar dan permintaan sebelum menetapkan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dengan pasar dan permintaan atas produknya. Apakah pasar tersebut termasuk ke dalam pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopolistik, maupun monopoli murni.
2. Persaingan, kebebasan perusahaan dalam menentukan harga itu bergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda.

3. Elastisitas harga

Elastisitas harga adalah persentase perubahan jumlah yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut dengan 1%, atau dapat dituliskan sebagai berikut:

- a. inelastis ($E_h < 1$), yaitu perubahan permintaan (dalam persentase) lebih kecil daripada perubahan harga. Jika harga naik 10% menyebabkan permintaann barang turun.
- b. Elastis, yaitu permintaan terhadap suatu barang dikatakan elastic bila perubahan harga suatu barang menyebabkan perubahan permintaan yang besar.
- c. Elastis unitary ($E_h = 1$), yaitu jika harga naik 10% maka permintaan barang turun 10%.
- d. Inelastis sempurna ($E_h = 0$), yaitu berapapun harga suatu barang, orang akan tetap membeli jumlah yang dibutuhkan.

- e. Elastis tak terhingga ($E_h = \infty$), yaitu perubahan harga sedikit saja menyebabkan perubahan permintaan tak terhingga besarnya.

Secara grafis, tingkat elastisitas harga terlihat dari *slope* (kemiringan) kurva permintaan. Faktor-faktor yang menentukan elastisitas harga, yaitu:

1. Tingkat substitusi, yaitu makin sulit mencari substitusi suatu barang, permintaannya semakin inelastis.
2. Jumlah pemakai, yaitu makin banyak jumlah pemakai, permintaan akan suatu barang makin inelastis.
3. Proporsi kenaikan harga terhadap pendapatan konsumen, yaitu bila proporsi tersebut besar, maka permintaan cenderung lebih elastis.
4. Jangka waktu, yaitu jangka waktu permintaan atas suatu barang mempunyai pengaruh terhadap elastisitas harga.
5. Elastisitas silang, yaitu persentase perubahan jumlah yang diminta akan suatu barang yang diakibatkan oleh perubahan harga barang lain (yang mempunyai hubungan) dengan 1% atau secara umum.²³

C. Daging Sapi

1. Penyebab Naiknya Harga Daging Sapi

Pada dasarnya ada empat faktor utama yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga daging sapi, yaitu:

- a. Permintaan daging sapi baik untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga, kebutuhan pasar institusi (restoran, hotel),

²³NurRianto, EuisAmalia, *Teori Mikro ekonomi*, 55-58

maupun kebutuhan industri pengolahan, hal ini terjadi seiring dengan:

1. Adanya perubahan preferensi atau pola konsumsi
 2. Adanya peningkatan pendapatan dan sadar gizi masyarakat
 3. Adanya toleransi konsumen terhadap kenaikan harga yang bersifat musiman sampai dengan batas tertentu.
- b. Lemahnya ketersediaan daging sapi karena tidak dipresentasikan oleh jumlah populasi sapi potong yang ada (menurut statistik) melainkan sangat ditentukan oleh ketersediaan (stok) sapi potong, yang terdiri atas sapi potong lokal jantan hasil penggemukan yang ada di peternak, maupun yang ada di para pedagang sapi.
- c. Distribusi daging sapi sering terganggu oleh kendala transportasi, seperti terbatasnya sarana prasarana, kemacetan lalu lintas, atau kurang tepatnya kebijakan publik.
- d. Perilaku negatif dari para pelaku usaha turut mempengaruhi situasi permintaan, ketersediaan dan meningkatnya harga daging sapi.

2. Dampak Naiknya Harga Daging Sapi

Dampak dari kenaikan harga daging sapi menyebabkan inflasi, yang diikuti dengan menurunnya daya beli, biasanya pula terjadi :

- a. Peralihan atau substitusi konsumsi ke jenis komoditi lain seperti daging domba atau kambing serta daging ayam karena dianggap lebih murah.

- b. Peralihan atau substitusi ke jenis produk berupa hasil olahan, terutama produk impor yang biasanya lebih murah
- c. Terjadinya pengurasan populasi sapi lokal yang belum siap potong, atau pemotongan sapi betina produktif, baik sapi potong maupun sapi perah.
- d. Pencurian sapi potong dari kandang peternak
- e. Kecurangan dan pemalsuan seperti adanya daging babi, daging gelonggongan dan daging yang tidak layak konsumsi yang beredar di pasar
- f. Meningkatnya permintaan
- g. Lemahnya ketersediaan daging sapi.
- h. Distribusi daging terganggu untuk kendala transportasi

3. Langkah Konkret

Penyikapan terhadap ketersediaan dan harga daging sapi ini memerlukan langkah-langkah kongkret berupa :

- a. Prediksi dan perhitungan yang cermat dan realistis terhadap jumlah stok sapi siap potong dan daging sapi.
- b. Kerja sama dengan provinsi, produsen sapi siap potong maupun daging beku lokal dengan melibatkan para pelaku perdagangan yang kompeten
- c. Melakukan sistem “tunda jual sapi potong” melalui revitalisasi usaha kelompok peternak dalam penyediaan sapi siap potong (penggemukan), penyelamatan sapi betina produktif, dan penyediaan pedet atau sapi bakalan, baik sapi potong maupun sapi perah, secara efektif dan efisien.

- d. Membagikan tunjangan hari raya (THR) paling lambat seminggu sebelum hari raya, agar tidak terjadi kepanikan pasar.
- e. Pelaksanaan pasar murah pada beberapa daerah rawan pangan, untuk membantu masyarakat yang kurang mampu, sekaligus untuk mengoreksi harga.
- f. Jaminan kelancaran dan pengamanan jalur distribusi (sapi dan daging)
- g. Peningkatan pengawasan kualitas dan pemalsuan daging sapi
- h. Peningkatan keamanan lingkungan dari pencurian ternak

4. Kandungan Nutrisi Daging Sapi

Adapun kandungan nutrisi yang terdapat dalam daging sapi antara lain adalah:

- a. Protein, berfungsi untuk membantu menjaga sistem kekebalan tubuh kita agar tetap sehat. Selain itu, makanan yang mengandung protein juga dapat membantu pembentukan jaringan tubuh, serta sangat baik bagi perkembangan otak serta pertumbuhan anak-anak, baik fisik maupun mentalnya.
- b. Selenium, berfungsi sebagai antioksidan untuk membantu menjaga sistem imun dalam tubuh
- c. Zat Besi, makanan yang mengandung zat besi berfungsi untuk membantu menjaga sistem kekebalan tubuh, mencegah anemia, serta membantu tumbuh kembang anak.

- d. Vitamin B kompleks, makanan yang mengandung vitamin B berfungsi untuk membantu meningkatkan kinerja otak
- e. Vitamin D, makanan yang mengandung vitamin D berfungsi untuk menjaga kesehatan tulang dan gigi
- f. Seng, berfungsi untuk membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh serta metabolisme
- g. Omega 3, berfungsi untuk membantu kinerja jantung, hati, serta sistem saraf pusat.

5. Dampak Bahaya Daging Sapi Bagi Kesehatan Tubuh

a. Peradangan

Daging sapi merupakan salah satu jenis makanan yang sangat sulit untuk dicerna oleh tubuh, meskipun telah dimasak. Hal ini akan menimbulkan peningkatan jumlah enzim pencernaan untuk dapat mencerna makanan tersebut. Jika makanan ini sering dikonsumsi pada usia dini, hal tersebut dapat mempertahankan kaskade arakidonat (asam lemak omega 6) dalam tubuh yang memberikan kontribusi untuk kondisi peradangan dan rasa sakit.

b. Kanker

Dalam daging sapi terkandung sejumlah bahan kimia organik yang sangat beracun yang dikenal dengan nama dioxin. Dimana bahan kimia tersebut berasal dari partikel mikroskopis dari abu dari insinerator yang telah menetap di rumput dan tanaman yang dimakan oleh hewan-hewan ternak seperti sapi, babi, dan ayam. Beberapa ilmuwan mengatakan bahwa dioxin merupakan hormon kimia yang

dapat mengganggu fungsi sel-sel dalam tubuh, sehingga hal ini dapat berpotensi untuk meningkatkan resiko penyakit kanker.

c. Keracunan

Daging sapi merupakan sumber dari adanya jenis kuman mematikan yang disebut E. Colli O157:H7 yang dapat menyebabkan terjadinya keracunan makanan yang cukup serius. Kuman-kuman tersebut terdapat dalam daging sapi yang telah terkontaminasi dengan kotoran sapi pada saat dilakukan penyembelihan. Akibat dari kuman berbahaya ini telah menewaskan puluhan orang serta menyebabkan ribuan orang sakit setelah mengkonsumsinya.

d. Penyakit jantung

Daging sapi yang diperoleh dari peternakan komersial biasanya mengandung lebih sedikit jumlah asam lemak omega 3. Padahal asam omega 3 inilah yang dapat berfungsi untuk mencegah terjadinya penyakit jantung, namun mengandung lebih tinggi kadar asam lemak omega 6 (kaskade arakidonat) yang justru dapat mempromosikan atau meningkatkan resiko penyakit jantung.

e. Resistensi obat-obatan

Biasanya hewan-hewan di peternakan akan diberikan tambahan obat-obatan atau jenis antibiotik pada makanan mereka. Hal ini bertujuan untuk menambah berat badan serta untuk mencegah terjangkitnya wabah penyakit menular pada hewan-hewan ternak tersebut. efek samping antibiotik atau obat-obatan yang diberikan secara rutin pada

hewan ternak seperti sapi dapat berkontribusi pada masalah resistensi obat-obatan atau antibiotik pada manusia yang mengonsumsi daging tersebut.

f. Penyakit Creutzfeldt-Jakob (CJD)

Penyakit ini biasanya menimpa pada orang-orang yang telah berusia sekitar 60 tahunan baik itu pria maupun wanita. Namun akhir-akhir ini penyakit tersebut juga telah berkembang pada orang-orang yang lebih muda. CJD merupakan suatu penyakit yang menyerang otak yang nantinya dapat mengarah ke demensia, maupun gejala otak lainnya yang lebih mengerikan. Hal ini juga dapat menjadi penyebab kematian mendadak di usia dini.

g. Terjadinya pemanasan global

Selain dampak pada kesehatan, produksi daging sapi pada akhirnya juga dapat berkontribusi terhadap terjadinya kerusakan lingkungan yang cukup parah. Hal ini terjadi karena para pengusaha peternakan yang melakukan deforestasi yang menyebabkan penggundulan hutan-hutan lindung demi memperluas usaha mereka. Hal ini akan menimbulkan dampak yang cukup signifikan bagi lingkungan, yaitu terjadinya pemanasan global.

6. Cara Memilih Daging Sapi Yang Sehat

Dari beberapa ulasan diatas kita bisa tahu bahwa selain memiliki berbagai manfaat, namun ternyata mengonsumsi daging sapi juga dapat menimbulkan beberapa efek samping yang membahayakan bagi tubuh. Terutama apabila daging tersebut berasal dari hewan ternak yang dipelihara secara

komersial. Untuk itu, sebaiknya kita lebih bijaksana dalam menyikapi serta memilih jenis daging sapi yang aman dan sehat untuk dikonsumsi.

Berikut ini ciri-ciri dari daging sapi yang sehat dan layak untuk dikonsumsi, antara lain adalah :

- a. Daging sapi berwarna merah terang atau cerah, tidak pucat, mengkilap, serta tidak kotor
- b. Tekstur daging elastis, tidak lembek, dan sedikit kaku
- c. Tidak lengket dan terasa basah saat dipegang
- d. Memiliki aroma yang khas, yaitu gurih

D. Hubungan Antar Variabel

Daging sapi adalah sumber protein yang berasal dari ternak hewan yang diperlukan oleh tubuh karena didalamnya terdapat berbagai macam zat gizi, sehingga akan sangat memengaruhi permintaan konsumen. Berdasarkan kajian variable independen dan variable dependen yaitu pengaruh harga daging sapi terhadap permintaan konsumen, maka akan ada hubungan negative dari kedua variable tersebut. Apabila harga naik maka permintaan akan berkurang, sebaliknya, apabila harga turun maka permintaan akan bertambah.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dari Asniah 2015, judul penelitian "Pengaruh Harga Kitab Terhadap Permintaan Santri (Studi di Toko Kitab Ali Gani Rau Trade Center Serang Banten)". Yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga kitab terhadap

permintaan santri, seberapa besar pengaruh harga kitab terhadap permintaan santri.

Metode Penelitiannya menggunakan korelasi dengan uji normalitas, uji linearitas, analisis korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji signifikan antara harga kitab terhadap permintaan santri. Berdasarkan hasil analisis data dengan uji hipotesis dimana t hitung $-3,187$ lebih kecil dari t tabel $-2,000$ ($-3,187 < -2,000$) dan nilai signifikan $0,05$, hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif yang harga kitab terhadap permintaan santri. Berdasarkan uji koefisien determinasi dimana nilai korelasi $r = -0,386$ artinya antara variable independen (harga kitab) dan variable dependen (permintaan santri) memiliki hubungan yang rendah karena berada diantara $0,20 - 0,399$. Dan nilai $r^2 = 0,149$ artinya nilai koefisien determinasi sebesar $14,9\%$. Sedangkan sisanya sebesar $85,1\%$ dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

2. Penelitian dari Apiyah 2013, dengan judul "Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Ikan Ditinjau Dari Ekonomi Islam". Yang bertujuan Untuk mengetahui naik turunnya harga di tempat pelanggan ikan, untuk mengetahui pengaruhi tingkat harga terhadap permintaan ikan.

Menggunakan jenis penelitian regresi linier dan koefisien determinasi, dari hasil penelitian itu menyebabkan kenaikan dan penurunan tingkat harga adalah karena perubahan cuaca sehingga berpengaruh terhadap suplaiikan di badan penyeluruhan Kronjo-Tangerang.

3. Penelitian dari Muhammad Jeni Adkhan, dengan judul "Pengaruh Perubahan Harga Ayam Terhadap Permintaan Ayam Di Pasar Loktuan Bontang". Yang bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi apakah ada pengaruh yang signifikan dari perubahan harga ayam terhadap jumlah permintaan di pasar Loktuan Bontang dan elastis atau kegagalan perubahan harga untuk mempengaruhi permintaan untuk ayam.

Metode penelitiannya menggunakan analisis regresi linier sederhana, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, menunjukkan bahwa harga permintannya secara signifikan mempengaruhi pasar Loktuan Bontang.

4. Penelitian dari nepi 2012, dengan judul "Pengaruh Penetapan Harga Jual Kerupuk Bawang Terhadap Minat Beli Konsumen". Yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Sinar Nanja kepada konsumennya, untuk mengukur seberapa besar pengaruh penetapan harga jual kerupuk bawang terhadap minat beli konsumen.

Metode penelitiannya menggunakan metode keputakaan dan metode kelapangan yang dilakukann secara observasi, kuesioner, dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa minat beli konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh PT. Sinar Nanja berdasarkan rentang skala rata-rata keseluruhannya dapat dikatakan "baik". Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi bahwa pengaruh penetapan harga terhadap minat beli konsumen adalah 30,8%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan hipotesis menggunakan uji t, menunjukan bahwa H_0 ditolsk dan H_a di terima. Artinya ada hubungan linier antara penetapan harga dengan minat beli konsumen.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang ralevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data.

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.²⁴

Hipotesis penelitian ini mungkin benar dan mungkin salah. Ia akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika ada fakta yang membenarkannya. H_a adalah lawan atau tandingan dari H_0 .

H_0 : Diduga harga tidak berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi

H_a : Diduga harga berpengaruh negatif terhadap permintaan konsumen

²⁴Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 96