

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

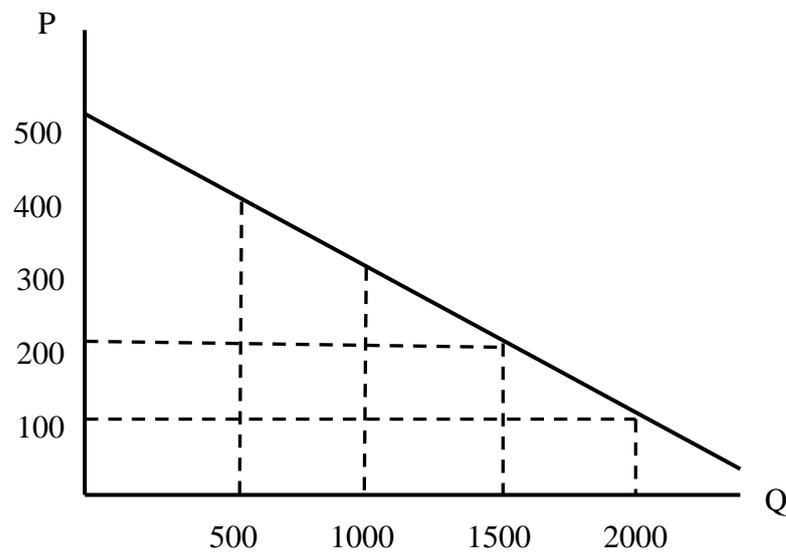
1. Teori Permintaan dan Kurva Permintaan

Teori permintaan pada dasarnya merupakan perangkat analisis untuk melihat besaran jumlah barang atau jasa yang diminta serta perubahan permintaan akan suatu barang atau jasa berdasarkan hukum permintaan. Perubahan permintaan akan suatu barang atau jasa tersebut akan dapat dilihat dari perubahan pada kurva permintaan. Maka analisis permintaan akan suatu barang atau jasa erat kaitanya dengan perilaku konsumen. Konsumen adalah mereka yang memiliki pendapatan (uang) dan menjadi pembeli barang dan jasa di pasar (Adiningsih dan Kadarusman, 2003).

Menurut Gilarso (2003), permintaan adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli pada pelbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Permintaan turunan (*derived demand*) adalah permintaan akan faktor produksi yang tergantung pada permintaan akan barang atau jasa yang dihasilkan oleh faktor atau sumber daya tersebut.

Kurva permintaan adalah suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah atas barang atau jasa yang diminta., *ceteris paribus*. Bentuk umum kurva permintaan turun dari kiri-atas ke kanan-bawah sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.1. sesuai

dengan hukum permintaan. Kurva permintaan dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu kurva permintaan individu dan kurva permintaan pasar (agregat). Kurva permintaan individu merupakan kedudukan titik-titik yang menghubungkan berbagai harga suatu komoditas dan kuantitas komoditas yang dibeli oleh setiap individu. Kurva permintaan pasar (agregat) merupakan penjumlahan permintaan-permintaan individu atas suatu barang dan jasa dalam berbagai tingkat harga.



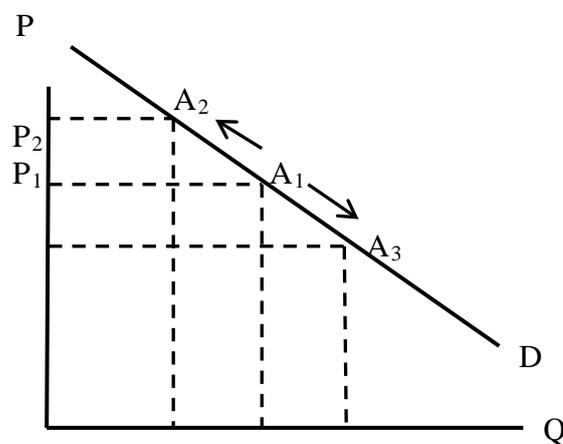
Sumber: Gregory (2006)

Gambar 2.1 Kurva Permintaan

Hukum permintaan (*The Law of Demand*) adalah kuantitas barang yang diminta untuk suatu barang berhubungan terbalik dengan harga barang tersebut, *ceteris paribus*. Maka semakin rendah harga suatu barang atau jasa, akan semakin tinggi tingkat permintaan akan barang atau jasa tersebut. Sebaliknya apabila harga atau jasa tersebut semakin tinggi, tingkat permintaan akan barang atau jasa tersebut akan semakin rendah.

2. Pergerakan (*Movement*) dan Pergeseran (*Shift*) Kurva Permintaan

Perubahan permintaan dapat dilihat dari dua segi sudut pandang atas perubahan kurva permintaan yang ada. Perubahan kurva permintaan tersebut dapat dilihat dari segi pergerakan (*movement*) sekaligus dari segi pergeseran (*shift*) pada kurva permintaan yang ada.



Sumber: Gregory (2006)

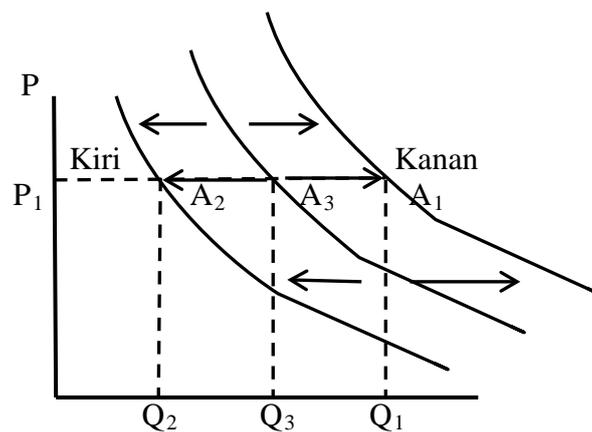
Gambar 2.2 Pergerakan (*Movement*) Sepanjang Kurva Permintaan

Pengerakan (*movement*) sepanjang kurva permintaan seperti terlihat pada Gambar 2.2., menunjukkan perubahan kombinasi antara kuantitas dan harga suatu barang pada titik-titik kombinasi di sepanjang kurva permintaan.

Pergerakan menunjukkan bahwa hubungan dalam permintaan masih tetap konsisten. Faktor utama perubahan yang mengakibatkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan ini adalah karena adanya perubahan harga yang terjadi. Suatu perubahan harga akan menghasilkan suatu pergerakan (*movement*) di sepanjang kurva permintaan pasar yang tetap, tidak ada

perubahan hal lain yang akan menyebabkan pergerakan sepanjang kurva tersebut.

Pergeseran (*shift*) kurva permintaan adalah kondisi perubahan jumlah barang yang diminta meskipun harga yang berlaku tetap atau tidak berubah. Pergerakan tersebut akan memberikan dampak perubahan pada hubungan akan permintaan suatu barang atau jasa. Hal ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor selain harga menjadi penentu atas pergeseran kurva permintaan yang ada.



Sumber: Gregory (2006)

Gambar 2.3 Pergeseran (*Movement*) Kurva Permintaan

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*) perubahan permintaan atas suatu barang dan jasa semata-mata ditentukan oleh harga dari barang atau jasa tersebut, *ceteris paribus*. Namun dalam kenyataannya, banyak permintaan terhadap suatu barang atau jasa juga ditentukan oleh faktor-faktor lain selain faktor harga itu sendiri. Oleh sebab itu perlu juga

dijelaskan bagaimana faktor-faktor yang lain akan mempengaruhi permintaan.

Menurut Sukirno (1985) faktor-faktor selain harga yang juga berperan penting dalam mempengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa adalah sebagai berikut :

a. Harga

Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditi sebagai informasi kontraprestasi dari produsen / pemilik komoditi. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar.

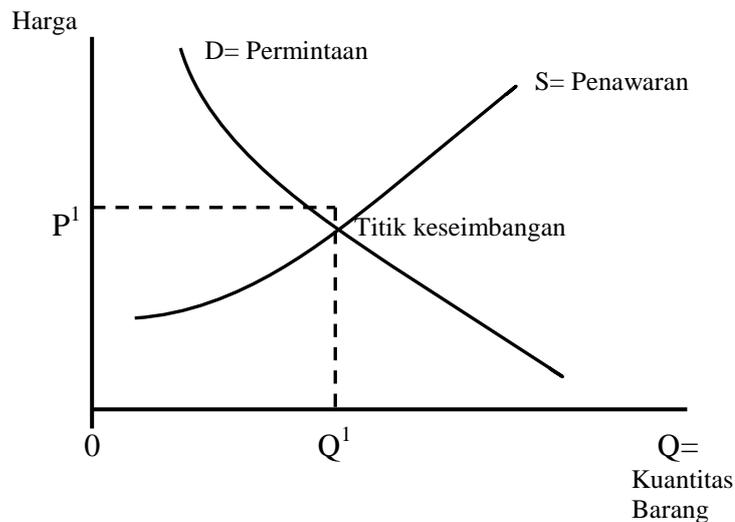
Permintaan selalu berhubungan dengan pembeli, sedangkan penawaran berhubungan dengan penjual. Apabila antara penjual dan pembeli berinteraksi, maka terjadilah kegiatan jual beli. Pada saat terjadi kegiatan jual beli di pasar, antara penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan harga. Pembeli selalu menginginkan harga yang murah, agar dengan uang yang dimilikinya dapat memperoleh barang yang banyak. Sebaliknya, penjual menginginkan harga tinggi, dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang banyak. Perbedaan itulah yang dapat menimbulkan tawar-menawar harga. Harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak disebut harga pasar. Pada harga tersebut jumlah barang yang

ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta. Dengan demikian harga pasar disebut juga harga keseimbangan (ekuilibrium).

Faktor terpenting dalam pembentukan harga adalah kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar jika jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan.

Harga yang terbentuk untuk suatu komoditas merupakan hasil interaksi antara penjual dan pembeli. Harga yang terjadi sangat dipengaruhi oleh kuantitas barang yang ditransaksikan. Dari sisi pembeli (*demand*, D) semakin banyak barang yang ingin dibeli akan meningkatkan harga, sementara dari sisi penjual (*supply*, S) semakin banyak barang yang akan dijual akan menurunkan harga. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku permintaan maupun penawaran dalam interaksi pembentukan harga.

Alfred Marshall (1842-1924) dalam bukunya *Principles of Economics*, yang diterbitkan tahun 1890 menjelaskan bahwa permintaan dan penawaran secara simultan menentukan harga. Marshall percaya bahwa permintaan dan penawaran secara bersama-sama menentukan harga (P) dan kuantitas keseimbangan suatu barang (Q) (Nicholsan, 2002).



Sumber: Gregory (2006)

Gambar 2.4. Potongan Permintaan dan Penawaran Menurut Marshall

Sumbangan yang paling terkenal dari pemikiran Marshall dalam teori nilai merupakan sintesis antara pemikiran pemula dari marginalis dan pemikiran Klasik. Menurutnya, bekerjanya kedua kekuatan, yakni permintaan dan penawaran, ibarat bekerjanya dua mata gunting. Dengan demikian, analisis ongkos produksi merupakan pendukung sisi penawaran dan teori kepuasan marjinal sebagai inti pembahasan permintaan. Untuk memudahkan pembahasan keseimbangan parsial, maka digunakannya asumsi *ceteris paribus*, sedangkan untuk memperhitungkan unsur waktu ke dalam analisisnya, maka pasar diklasifikasikan ke dalam jangka sangat pendek, jangka pendek, dan jangka panjang. Dalam membahas kepuasan marjinal terselip asumsi lain, yakni kepuasan marjinal uang yang tetap.

Menurut kaum klasik harga barang ditentukan oleh besarnya pengorbanan untuk menghasilkan barang tersebut. Jadi yang menentukan

harga adalah sisi penawaran (produsen). Namun pendapat klasik tersebut di tentang oleh Jevons, Menger dan Walras (tokoh-tokoh neoklasik). Mereka sepakat bahwa yang menentukan harga adalah kondisi permintaan, atau kaum marginalis melihatnya dari sisi konsumen, yaitu dari kepuasan marginal (*marginal utility*) pengkonsumsian satu unit barang terakhir.

Dalam pembahasan sisi permintaan, Marshall telah menghitung koefisien barang yang diminta akibat terjadinya perubahan harga secara relatif. Nilai koefisien ini dapat sama dengan satu, lebih besar dan lebih kecil dari satu. Tetapi, ada dua masalah yang belum mendapat penyelesaian dalam hal sisi permintaan, yakni aspek barang-barang pengganti dan efek pendapatan.

Berkenaan dengan pendapat kedua aliran tersebut, Marshall tidak menyalahkan kedua konsep di atas, melainkan menggabungkannya. Menurut Marshall, selain oleh biaya-biaya, harga juga dipengaruhi oleh unsur subjektif lainnya, baik dari pihak konsumen maupun pihak produsen. Unsur subjektif pihak konsumen adalah pendapatan (daya beli) dan unsur subjektif pihak produsen adalah keadaan keuangan perusahaan. Jika keuangan perusahaan dalam keadaan sulit, misalnya mungkin perusahaan mau menerima harga yang rendah tetapi kalau keadaan keuangan cukup kuat, mereka juga akan lebih berani dalam mempertahankan harga. Jadi teori harga menurut Alfred Marshall adalah sebagai berikut: “Harga terbentuk sebagai integrasi dua kekuatan pasar: penawaran dari pihak produsen dan permintaan dari pihak konsumen”.

Semakin tinggi pendapatan nasional (kesejahteraan suatu negara), semakin tinggi pula permintaan uang untuk tujuan transaksi, dan sebaliknya.

b. Harga barang lainnya

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan dalam tiga golongan:

- 1) Barang pengganti. Suatu barang disebut barang pengganti kepada suatu barang lainnya apabila ia dapat menggantikan fungsi dari barang lain tersebut. Bila terjadi penurunan harga terhadap barang tersebut, maka permintaan terhadap barang pengganti akan menurun juga.
- 2) Barang penggenap. Apabila suatu barang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang penggenap. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang penggenap selalu sejalan dengan permintaan atas barang yang digenapkan.
- 3) Barang netral. Apabila dua macam barang tidak mempunyai kaitan yang rapat, maka perubahan atas permintaan suatu barang tidak akan mempengaruhi barang lainnya.

c. Pendapatan konsumen

Pendapatan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan bentuk permintaan terhadap berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan sifat perubahan

permintaan yang akan berlaku apabila pendapatan berubah, maka berbagai jenis barang dapat dibedakan :

- 1) Barang inferior, merupakan barang yang banyak diminta oleh konsumen berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah, maka permintaan terhadap barang inferior juga berkurang, dan sebaliknya.
- 2) Barang esensial, merupakan barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, sehingga barang tersebut akan tetap dikonsumsi pada berbagai tingkat pendapatan.
- 3) Barang normal, merupakan barang yang akan mengalami kenaikan permintaan jika pendapatan meningkat.
- 4) Barang mewah, merupakan jenis barang yang akan dibeli apabila pendapatan konsumen sudah relatif tinggi.

d. Distribusi pendapatan masyarakat

Distribusi pendapatan masyarakat dapat mempengaruhi corak permintaan masyarakat terhadap suatu barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapat tersebut diubah corak distribusinya. Seandainya pemerintah memberlakukan pajak yang tinggi terhadap barang mewah, yang kemudian hasil pajak tersebut digunakan untuk menaikkan pendapatan masyarakat golongan pekerja rendah, maka akan terjadi penurunan permintaan terhadap barang mewah dan meningkatkan permintaan atas barang yang diperlukan oleh golongan masyarakat yang pendapatannya bertambah.

e. Selera masyarakat

Selera masyarakat mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli suatu barang.

f. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan jumlah permintaan suatu barang. Akan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan hal ini juga akan menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli masyarakat akan menambah permintaan.

g. Ekspektasi di masa yang akan datang

Perubahan-perubahan yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Perkiraan bahwa harga akan bertambah tinggi di masa yang akan datang, dapat mendorong jumlah pembelian yang lebih banyak pada saat ini, demikian juga sebaliknya bila perkiraan harga-harga akan turun, maka hal tersebut akan mendorong penundaan pembelian sehingga mengurangi jumlah pembelian saat ini.

4. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah suatu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Nilai koefisien elastisitas permintaan yaitu angka yang diperoleh dari hasil bagi persentase perubahan jumlah barang atau jasa yang diminta dengan persentase perubahan harga. Nilai koefisien elastisitas

berkisar antara nol sampai tak terhingga. Apabila nilai koefisien elastisitas permintaan akan suatu barang atau jasa lebih dari satu disebut sebagai permintaan elastis; jika bernilai kurang dari satu disebut permintaan inelastis dan jika bernilai sama dengan nol disebut permintaan uniter.

5. Macam-macam Elastisitas Permintaan

Dalam rangka untuk mengetahui tingkat responsif persentase perubahan permintaan karena adanya persentase perubahan faktor-faktor yang mempengaruhinya, maka secara umum elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu elastisitas permintaan terhadap harga, elastisitas permintaan terhadap pendapatan dan elastisitas permintaan silang.

a. Elastisitas permintaan terhadap harga

Elastisitas ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepekaan perubahan permintaan suatu barang sebagai akibat dari perubahan harga. Elastisitas permintaan dipresentasikan dalam bentuk koefisien elastisitas yang didefinisikan sebagai suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta dibandingkan dengan perubahan harga.

$$Ed = \frac{\text{Prosentase jumlah barang yang diminta}}{\text{Prosentase perubahan harga}}$$

Nilai koefisien elastisitas berkisar antara nol dan tak terhingga. Elastisitas nol apabila perubahan harga tidak akan mengubah jumlah yang diminta. Elastisitas nol disebut juga tidak elastis sempurna. Koefisien elastisitas permintaan bernilai tak terhingga apabila pada suatu

harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada. Koefisien elastisitas yang tak terhingga ini disebut elastis sempurna.

Elastisitas lainnya yang dianggap sempurna adalah elastisitas dengan nilai sama dengan satu, yang disebut elastisitas uniter, dimana perubahan harga akan selalu sama dengan perubahan permintaan.

Suatu permintaan bersifat tidak elastis apabila koefisien elastisitas permintaannya berada diantara nol dan satu. Hal ini berarti prosentase perubahan harga lebih besar daripada prosentase perubahan jumlah barang yang diminta. Sedangkan permintaan yang bersifat elastis terjadi apabila permintaan mengalami perubahan dengan prosentase yang melebihi prosentase perubahan harga. Nilai koefisien elastisitas permintaan yang bersifat elastis adalah lebih besar dari satu.

b. Elastisitas permintaan pendapatan

Elastisitas permintaan dari pendapatan merupakan koefisien yang menunjukkan besarnya perubahan permintaan atas suatu barang sebagai akibat dari perubahan pendapatan konsumen. Elastisitas ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Ed = \frac{\text{Prosentase jumlah barang yang diminta}}{\text{Prosentase perubahan pendapatan}}$$

Pada barang-barang normal, kenaikan pendapatan konsumen dapat menyebabkan kenaikan permintaan. Terdapat hubungan yang searah antara perubahan pendapatan dengan perubahan jumlah barang

yang diminta, sehingga nilai koefisien elastisitas pendapatan untuk barang-barang normal adalah positif.

Pada barang-barang inferior, terjadi pengurangan permintaan apabila pendapatan meningkat, sehingga nilai koefisiennya adalah negatif.

c. Elastisitas permintaan silang

Elastisitas permintaan silang merupakan suatu koefisien yang menunjukkan besarnya perubahan permintaan suatu barang jika terjadi perubahan terhadap harga barang lain. Persamaannya dinyatakan sebagai berikut:

$$E_c = \frac{\text{Prosentase perubahan jumlah barang x yang diminta}}{\text{Prosentase perubahan harga barang y}}$$

Nilai elastisitas silang berkisar antara tak terhingga yang negatif hingga tak terhingga yang positif. Barang-barang komplementer elastisitas silangnya bernilai negatif, sedangkan nilai elastisitas silang untuk barang-barang substitusi adalah positif.

B. Penelitian Sebelumnya

Lestariningsih (2006) melakukan penelitian tentang Analisis Penawaran Dan Permintaan Industri Kecil Tenun Ikat Troso di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di sisi permintaan (Qd) tingkat harga kain tenun (Px) berpengaruh negatif signifikan pada $\alpha = 10\%$ sedangkan tingkat pendapatan konsumen (Tpk) dan harga barang substitusi

(Hbs) berpengaruh positif dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai R^2 -nya sebesar 17,6% artinya Variabel permintaan kain tenun ikat troso dapat dijelaskan oleh variabel harga kain, tingkat pendapatan konsumen dan harga barang substitusi sebesar 17,6 % sedangkan sisanya 82,4% diterangkan oleh faktor yang lain. Sedangkan dari sisi penawaran (Qs), variable harga kain tenun berpengaruh positif dan biaya produksi berpengaruh negatif. Keduanya signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai R^2 -nya adalah 38 % sedangkan sisanya 62 % diterangkan oleh variabel lain selain harga dan biaya produksi. Untuk harga keseimbangan yang terjadi antara permintaan dan penawaran adalah Rp 50.151,00 per meter sedangkan nilai outputnya 578 meter.

Mardiyono (2013) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan Industri Kecil Pakaian Jadi Di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan harga kain berpengaruh negatif, tingkat pendapatan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap permintaan, sedangkan variabel harga barang substitusi berpengaruh positif terhadap permintaan. harga kain mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap penawaran sedangkan variabel biaya produksi berpengaruh negatif terhadap penawaran.

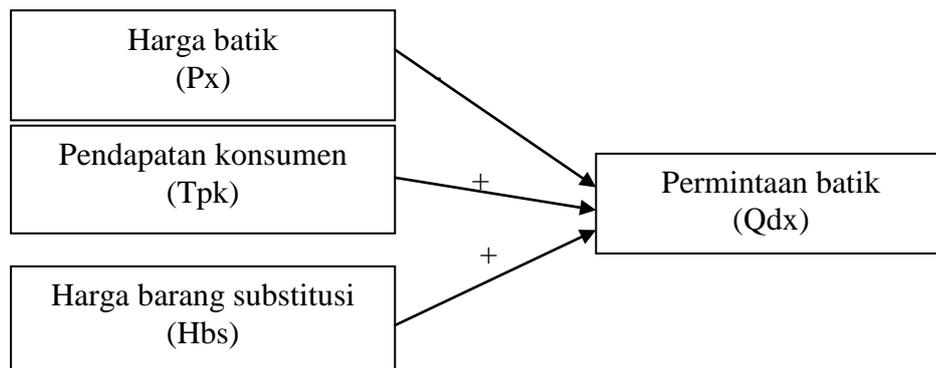
Mayesti (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Permintaan Kain Batik di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari sisi permintaan (Qd) tingkat harga kain tenun (Px) berpengaruh negatif signifikan, sedangkan tingkat pendapatan konsumen (Tpk) dan harga barang substitusi (Hbs) berpengaruh positif dan signifikan.

C. Hipotesis

1. Diduga harga berpengaruh negatif dan signifikan harga batik terhadap permintaan batik di Kampung Batik Kauman Kota Pekalongan.
2. Diduga pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan batik di Kampung Batik Kauman Kota Pekalongan.
3. Diduga harga barang substitusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan batik di Kampung Batik Kauman Kota Pekalongan.

D. Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Model Penelitian