

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan (Boediono, 2008). Perilaku konsumen juga memiliki pengertian bagaimana konsumen akan menanggapi atau akan merespon bila terjadi perubahan determinan permintaan barang/jasa yang diperlukan. Determinan yang dimaksud harga barang yang diperlukan (diminta), harga barang lain sebagai barang pengganti atau sebagai barang pelengkap, pendapatannya dan sebagainya.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2008) terdiri dari:

- a. Faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasaran harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas social pembeli.
- b. Faktor Sosial. Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga serta status social dari konsumen.

- c. Faktor pribadi. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap hidup siklus pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.
- d. Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Menurut Sudarsono (1995) ada 2 pendekatan yang sering digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen, yaitu pendekatan melalui pendekatan kardinal dan pendekatan ordinal.

1. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*)

Teori ini merupakan gabungan pendapat yang diajukan oleh ahli-ahli ekonomi aliran Austria abad ke sembilan belas, seperti Heinrich Gossen (1854), Stanley Jevons (1871) dan Leon Walres (1894). Aliran ini menganggap bahwa tinggi rendahnya nilai suatu barang tergantung dari subyek yang memberikan penilaian. Jadi suatu barang baru mempunyai arti bagi seorang konsumen apabila barang tersebut mempunyai dayaguna baginya. Besarnya dayaguna tergantung dari konsumen bersangkutan.

Besar kecilnya utility yang dicapai oleh seorang konsumen tergantung dari jenis barang atau jasa dan jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi (Adiningsih, 1999).

Pendekatan kardinal dalam analisis konsumen didasarkan pada teori Gossen dan asumsi yang digunakan bahwa semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (marginal utility) yang diperoleh dari setiap satuan tambahan yang dikonsumsi akan menurun, dan konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimum. Tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen suatu barang dapat diukur dengan satuan tertentu seperti uang, jumlah atau buah. Semakin besar jumlah barang yang dikonsumsi, semakin besar memaksimalkan kepuasannya dengan pendapatan yang lebih (Boediono, 2008).

2. Pendekatan Ordinal

Salah satu implikasi dari teori pendekatan kardinal adalah bahwa permintaan suatu barang baru dapat disusun apabila kita mampu mengukur besarnya daya guna dari masing-masing barang yang kita konsumsi Sudarsono (1995).

Pendekatan ordinal digunakan karena pendekatan kardinal memiliki beberapa kelemahan antara lain karena pendekatan kardinal bersifat subjektif dalam penentuan nilai guna total dan nilai guna marginal, sebagian besar ekonomi saat ini menolak pendekatan kardinal yang hanya membahas konsumsi barang-barang sederhana pendekatan ordinal membuat peringkat atau urutan-urutan kombinasi barang yang dikonsumsi. Dalam pendekatan ordinal daya guna suatu barang tidak perlu diukur, cukup diketahui dan konsumen mampu

membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

2. Marginal Utility

Pendekatan ini yang bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (*utility*) dari setiap konsumen bisa diukur dengan uang atau satuan lain (bersifat kardinal) seperti mengukur berat badan dan sebagainya. Dalam teori ini berlaku hukum Gossen, bahwa semakin banyak suatu barang yang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (*marginal utility*) yang diperoleh dari setiap tambahan yang dikonsumsi akan menurun (*law of diminishing marginal return*). Dalam teori ini konsumen akan selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimal dalam membeli atau mengkonsumsi barang (dihitung secara kuantitatif). Marginal utility merupakan peningkatan kepuasan seseorang konsumen karena mengkonsumsi satu unit tambahan barang atau jasa. Kebanyakan barang dan jasa memiliki kegunaan marginal yang terus menurun. Artinya, saat konsumsi satu produk meningkat, nilai guna tambahan yang diperoleh dari tiap unit tambahan akan turun secara bertahap. Konsumen dikatakan mempunyai kepuasan marjinal yang menurun ketika seseorang semakin merasa puas dengan mengkonsumsi produk tersebut. Jadi produk marjinallah yang menentukan apakah suatu barang itu mempunyai harga yang tinggi atau rendah (Boediono, 2008).

Hukum Gossen pertama merupakan generalisasi dari fakta berdasarkan pengalaman jika pemuasan keperluan terhadap suatu jenis

benda tertentu dilakukan terus-menerus, kenikmatannya akan terus-menerus berkurang sampai akhirnya mencapai suatu kejenuhan. Dengan demikian kenikmatan benda yang dikonsumsi terakhir merupakan kenikmatan marginal. Hukum Gossen kedua merupakan hukum ekonomi murni. Hukum Gossen 2 berbunyi bahwa manusia akan berusaha memenuhi bermacam-macam kebutuhannya sedapat-dapatnya sampai pada tingkat intensitas yang sama. Hukum Gossen 2 disebut juga *hukum guna Horizontal* karena membahas pemuasan terhadap bermacam-macam barang, sedangkan hukum gossen 1 disebut *hukum guna vertikal* karena hanya membahas pemuasan satu macam barang. Konsumen akan berada dalam keseimbangan dan mencapai kepuasan maksimal jika dalam pembelanjaan anggaran yang dimilikinya, kepuasan marginal yang dicapai satuan uangnya adalah sama. Jika tidak demikian halnya, maka dengan pengaturan pembelanjaannya konsumen akan mencapai batas kepuasan yang lebih tinggi. Hal itu harus dilakukan terus sampai tidak dimungkinkan pengaturan yang lebih menguntungkan lagi. Dengan demikian kepuasan yang dicapai adalah maksimal, hal mana tak akan terjadi pada penyamarataan kepuasan marginal dalam pembelanjaan uang. Hukum gossen kedua juga sering dirumuskan sebagai ketetapan perbandingan antara kepuasan marginal dari benda-benda yang dikonsumsi.

Marginal Utility adalah tambahan kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi tambahan satu unit produk/barang. Setiap orang berusaha

untuk memaksimalkan kepuasan dari mengonsumsi barang. Untuk mengonsumsi satu jenis barang, maka kepuasan maksimum dapat dicapai pada saat nilai guna total (TU) mencapai maksimum. Jika konsumen mengonsumsi lebih dari satu barang, maka penentu kepuasan maksimum dapat dicapai:

- a) Jika ada 2 barang harganya sama, maka kepuasan maksimum $MU_x = MU_y$.
- b) Jika ada 2 barang dengan harga yang berbeda, maka tambahan kepuasan (MU) yang lebih besar diperoleh dari barang dengan harga yang lebih rendah dengan $MU_x = MU_y$.

Dari persamaan tersebut diketahui seorang akan merasakan kepuasan maksimal jika persamaan tersebut menunjukkan sama dengan (=), misalkan jika harga barang A naik, maka:

$$\frac{MU_\alpha}{p_\alpha} < \frac{MU_b}{p_b} \dots \dots \dots (1)$$

Dari persamaan tersebut tidak lagi menunjukkan sama dengan (=), sehingga kepuasan konsumen tidak lagi maksimal, maka konsumen melakukan reaksi akan mengurangi barang α dan MU_α meningkat, sehingga persamaan kembali seperti semula dan konsumen kembali memperoleh kepuasan yang maksimal. Dengan demikian ketika terjadi perubahan harga maka konsumen melakukan penyesuaian sehingga kepuasan maksimal konsumen menjadi tujuan utama konsumen.

3. Permintaan

Permintaan sebuah barang adalah hubungan antara jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli oleh pembeli (Q) dengan tingkat harga (P). Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Dalam teori permintaan terdapat hukum permintaan (*law of demand*). Hukum ini menyebutkan bahwa jika hal-hal lain tetap, maka jumlah barang yang diminta akan menurun apabila harga barang tersebut naik, dan sebaliknya ketika harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta akan naik. Hukum permintaan ini dapat digambarkan dalam suatu kurva yang disebut kurva permintaan. Kurva permintaan merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara harga barang (P) dengan jumlah barang yang diminta (Q_d) (Mankiw, 2012).

Permintaan pasar (*market demand*) untuk suatu barang adalah kuantitas suatu barang tersebut oleh seluruh pembeli potensi. Kurva permintaan pasar (*market demand curve*) menunjukkan hubungan antara kuantitas total yang diminta dengan harga pasar dari barang tersebut, ketika semua faktor lain dianggap konstan. Bentuk kurva permintaan pasar dan posisinya ditentukan oleh bentuk kurva permintaan setiap individu untuk produk yang diminta. Permintaan pasar tidak lebih merupakan efek kombinasi dari berbagai pilihan konsumen (Nicholson, 2009).

Kurva permintaan (*demand curve*) menyatakan berapa banyak konsumen bersedia membeli pada waktu harga per unit barang berubah. Kurva permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang konsumen bersedia membeli dengan harga barang tersebut. Hubungan antara jumlah permintaan dengan harga dapat dijabarkan dalam satu persamaan, (Pindyck dan Rubinfeld, 2009):

$$QD = (P)$$

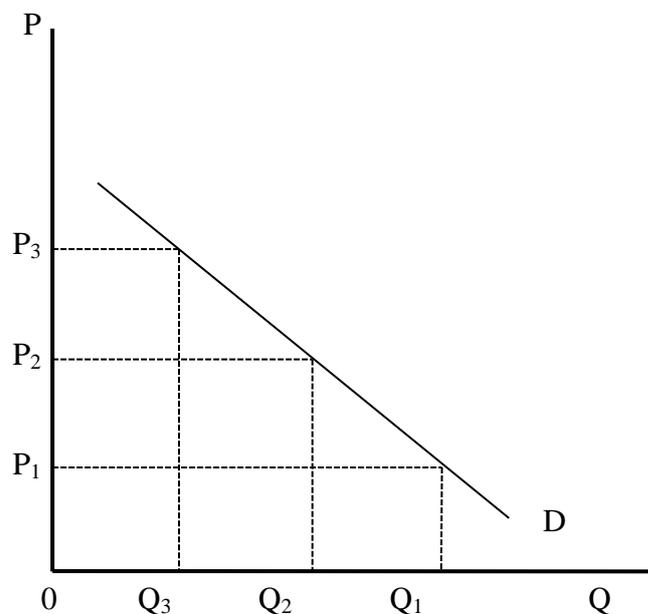
Keterangan:

QD = jumlah barang yang diminta

(P) = harga barang

atau dapat digambarkan dalam bentuk grafik seagai berikut:

GAMBAR 2.1
Kurva Permintaan



Sumber: Salvatore, 2006.

Kurva permintaan memiliki kemiringan yang negatif, menunjukkan berlakunya hukum permintaan. Titik A dan titik B merupakan kombinasi harga dan kuantitas barang. Garis yang menghubungkan titik-titik kombinasi antara harga dan jumlah barang yang diminta disebut dengan kurva permintaan, permintaan barang dipengaruhi oleh beberapa faktor diunjukkan dengan fungsi permintaan berikut ini:

$$Q_x = d_x(P_x, P_y, I; \text{Preferensi})$$

Keterangan:

Q_x = jumlah barang yang diminta

P_x = harga barang X

P_y = harga selain barang X

I = pendapatan

Menurut Nicholson (2000), fungsi permintaan merupakan representasi yang menyatakan bahwa kuantitas yang diminta tergantung pada harga, pendapatan. Fungsi ini mengandung tiga elemen yang menentukan apa yang dapat dibeli individu meliputi harga barang tersebut dan barang lain, pendapatan. Penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan barang meliputi harga barang, harga barang lain dan pendapatan adalah sebagai berikut:

a. Harga barang itu sendiri

Semakin rendah harga suatu komoditi, semakin banyak jumlah yang akan diminta, apabila faktor lain dianggap tetap. Sebaliknya

naiknya harga suatu komoditi menyebabkan permintaan terhadap komoditi tersebut turun.

b. Harga barang yang berhubungan dengan barang tersebut

Harga barang lain ini meliputi harga barang substitusi dan harga barang komplementer. Menurut Nicholson (2000), dua barang bersifat komplemen jika kenaikan harga satu barang akan menurunkan kuantitas konsumsi barang lainnya. Dua barang bersifat substitusi jika kenaikan harga satu barang akan meningkatkan konsumsi barang lainnya. Sifat barang lain tersebut dapat diketahui dengan menggunakan nilai elastisitas. Jika koefisiensi bernilai negatif maka barang tersebut termasuk barang komplementer, sedangkan jika koefisiensi bernilai positif maka barang tersebut termasuk barang substitusi.

c. Pendapatan

Hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan seseorang atau masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaannya terhadap suatu barang. Ini terjadi bila barang tersebut barang normal. Bila jenis barang yang dimaksud adalah barang inferior (barang berkualitas rendah) maka dengan adanya kenaikan pendapatan, konsumen justru akan mengurangi permintaan terhadap barang tersebut demikian pula sebaliknya.

Income growth is another important factor in demand projections. Growth rates in per capita income were obtained by subtracting population growth rate from economic growth and were used in

predicting the per capita consumption. Estimated per capita consumption was multiplied by population, and aggregated by regions, income groups and lifestyles to obtain the total demand (Kumar, 2009).

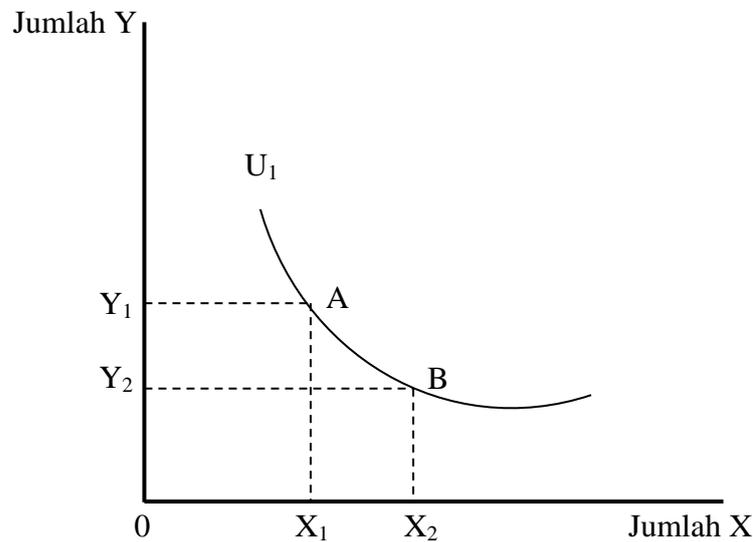
Dalam menganalisis permintaan perlu dibedakan antara dua istilah berikut: permintaan dan jumlah barang yang diminta. Di dalam analisis ekonomi, permintaan menggambarkan keseluruhan daripada hubungan antara harga dan permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta berarti jumlah barang yang diminta pada suatu tingkat harga tertentu (Sukirno, 2005).

4. Kurva Indifferen

Pendekatan ini tidak memerlukan adanya anggapan bahwa kepuasan konsumen bisa diukur. Jadi anggapan yang diperlukan adalah tingkat kepuasan konsumen bisa dilakukan lebih tinggi atau lebih rendah (bersifat ordinal). Teori ini menunjukkan semua kombinasi alternatif dari dua macam barang X dan Y memberikan kepuasan yang sama besarnya. Artinya ada dua jenis barang substitusi ini jika seseorang menginginkan barang X lebih banyak, ia harus mengorbankan barang lain agar kepuasan yang diterima tetap sama (Nicholson, 1999). Hal ini tampak pada kurva indifferen berikut ini:

GAMBAR 2.2

Kurva Indifferen



Sumber: Nicholson 1999

Slope kurva indifferen ini, yang terlihat pada gambar 2.1 adalah negatif. Hal ini berarti jika seseorang menginginkan barang X lebih banyak, ia harus mengorbankan barang lain agar kepuasan yang diterima tetap sama. Dan dalam teori ini mengasumsikan bahwa konsumen mempunyai budget tertentu yang ditunjukkan dalam *Budget Line* (BL).

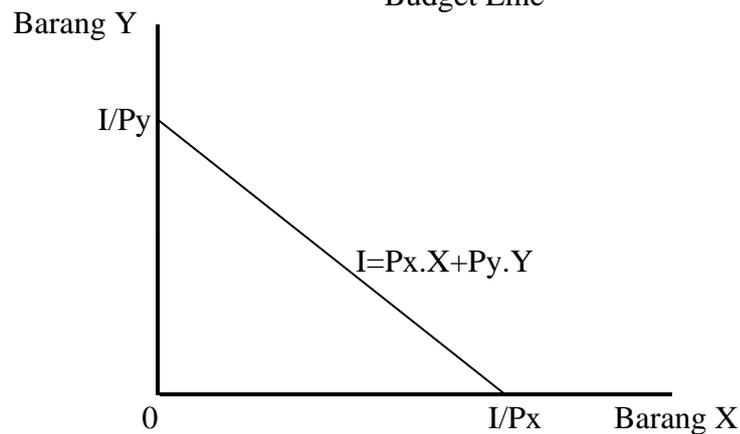
Sifat-sifat kurva indifferen diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Mempunyai kemiringan yang negatif (konsumen akan mengurangi konsumsi barang yang satu apabila ia menambah jumlah barang lain yang dikonsumsi).
- b) Cembung ke arah titik origin, menunjukkan adanya perbedaan proporsi jumlah yang harus ia korbankan untuk mengubah kombinasi jumlah masing-masing barang yang dikonsumsi (*marginal rate of substitution*).

- c) Tidak saling berpotongan, tidak mungkin diperoleh kepuasan yang sama pada suatu kurva indifferen yang berbeda.

5. *Budget Line* (Garis Anggaran)

GAMBAR 2.3
Budget Line



Sumber: Nicholson 1999

Dimana:

I = Budget konsumen

P = Harga barang

x, y = Barang

konsumen akan memperoleh kepuasan maksimal jika ia menggunakan seluruh anggarannya untuk membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa dimana garis anggaran (BL) bersinggungan dengan salah satu kurva indifferennya (IC).

Garis anggaran adalah garis yang menghubungkan titik-titik keseimbangan kombinasi untuk memperoleh 2 macam barang yang mengeluarkan anggaran atau pendapatan yang sama. Secara aljabar dapat digambarkan sebagai berikut:

$$B > P_x \cdot X + P_y \cdot Y \dots \dots \dots (2)$$

Garis anggaran tersebut menjelaskan jumlah pengeluaran $P_x \cdot X$ ditambah $P_y \cdot Y$ tidak boleh lebih besar dari anggaran yang tersedia. Bentuk ketidaksamaan tersebut diubah kedalam bentuk persamaan:

$$B = P_x \cdot X + P_y \cdot Y \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

B = *Budget* (Anggaran)

P_y = Harga Komoditas Y

P_x = Harga Komoditas X

Y = Barang Y yang dikonsumsi

X = Barang X yang dikonsumsi

Persamaan tersebut merupakan persamaan linier (garis lurus). Bila dituliskan Y pada sumbu vertikal, maka didapat:

$$Y = \frac{1}{P_y} B - \frac{P_x}{P_y} X \dots \dots \dots (4)$$

Dimana $1/P_y \cdot B$ merupakan titik potong garis persamaan dengan sumber vertikal (*ordinate intercept*). Sedangkan $-P_x/P_y$ menunjukkan nilai kemiringan (*slope*) garis persamaan. Dimana garis anggaran belanja adalah garis yang menghubungkan titik-titik kombinasi komoditas yang dapat dibeli dengan jumlah anggaran tertentu.

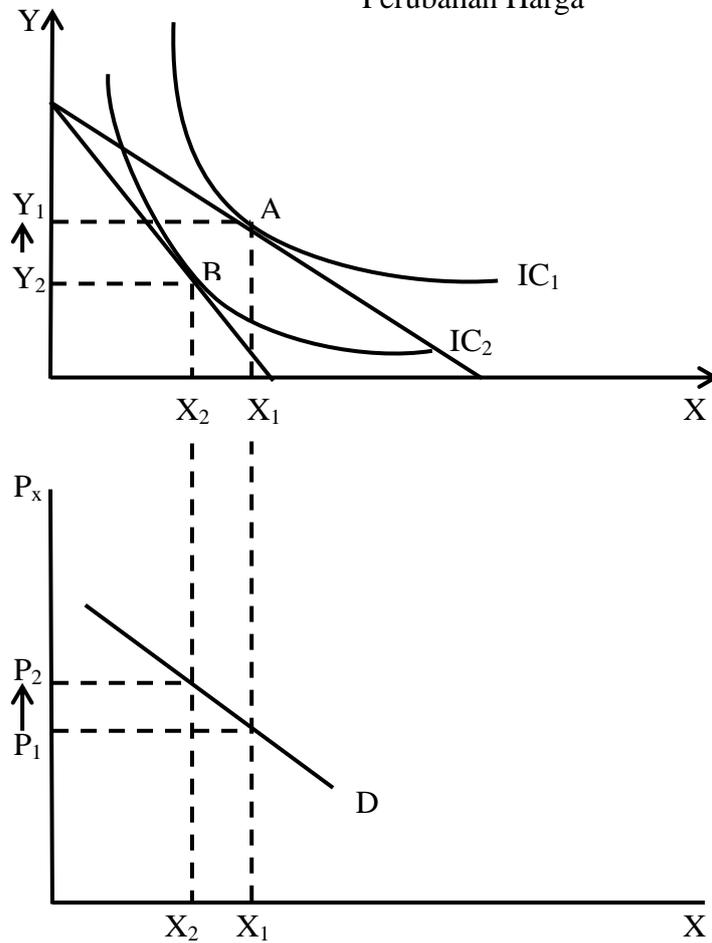
6. Teori

a. Perubahan Harga

Efek perubahan harga terhadap jumlah barang yang dibeli lebih kompleks analisisnya jika dibandingkan dengan efek perubahan pendapatan. Hal ini disebabkan karena perubahan harga tidak hanya menyebabkan perubahan posisi garis anggaran, tetapi juga menyebabkan perubahan dalam slope garis anggaran tersebut. Dengan kata lain, jika pilihan maksimum utility berubah, maka tidak hanya kurva indifferens yang berubah, tetapi juga MRS nya (Nicholson, 1999).

Misalnya beras dan jagung, keduanya merupakan bahan makanan yang dapat dipertukarkan. Juga beras dan gandum, gula pasir dan gula merah. Karena sifatnya yang dapat dipertukarkan ini maka harga masing-masing juga berhubungan erat. Dalam keadaan yang demikian maka perubahan harga barang yang satu tidak saja mempengaruhi jumlah yang diminta atas barang itu, tetapi juga mempengaruhi jumlah yang diminta atas barang lainnya. Yang pertama, efek substitusi dan yang kedua efek pendapatan. Analisisnya secara grafis adalah sebagai berikut:

GAMBAR 2.4
Perubahan Harga

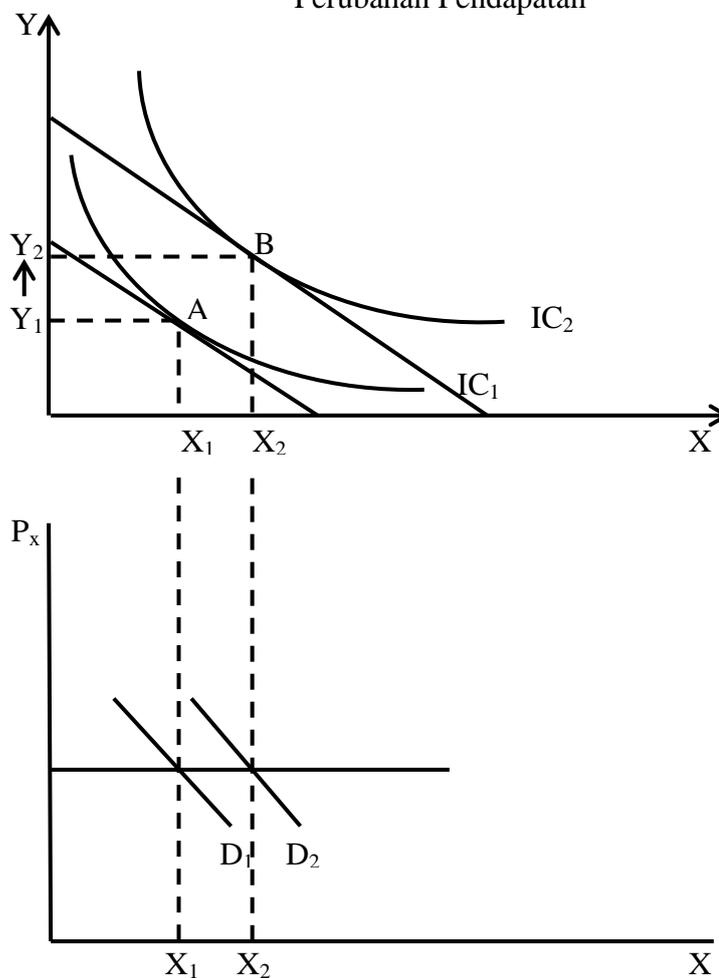


Sumber: Nicholson 1999

Perubahan harga terjadi ketika P_x naik dari titik P_1 ke titik P_2 dan X turun dari titik X_1 ke titik X_2 . Jadi ketika suatu harga barang naik, maka jumlah barang yang diminta tersebut akan turun seperti pada gambar diatas yang terjadi pada titik X_1 X_2 . Dan ketika Y turun dari titik Y_1 ke titik Y_2 dan X turun dari titik X_1 ke titik X_2 . Jadi ketika anggaran turun, maka jumlah barang yang diminta tersebut akan turun seperti pada gambar diatas yang terjadi pada titik X_1 X_2 .

b. Perubahan Pendapatan

GAMBAR 2.5
Perubahan Pendapatan



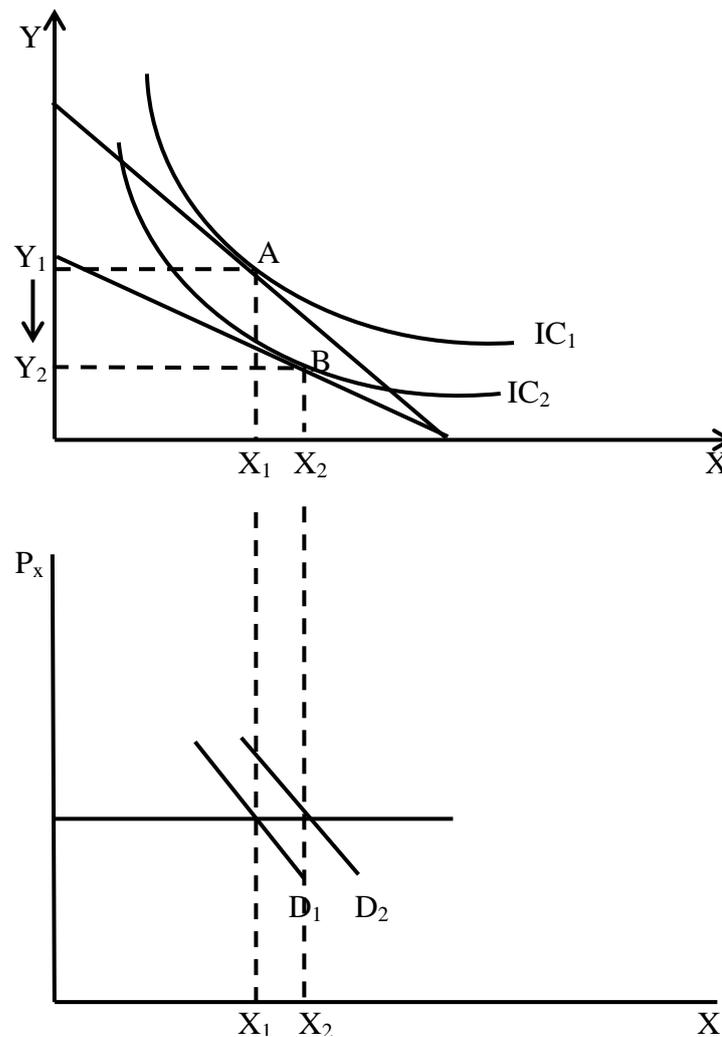
Sumber: Nicholson 1999

Perlu disadari bahwa perpindahan yang terjadi dari titik Y_1 menjadi Y_2 atau X_1 menjadi X_2 dikarenakan naiknya pendapatan. Jika pendapatan seseorang naik, maka jumlah barang yang dikonsumsi akan naik. Dan sebaliknya jika pendapatan turun maka jumlah barang yang dikonsumsi akan turun juga.

c. Perubahan Harga Barang Substitusi

GAMBAR 2.6

Perubahan Harga Barang Substitusi



Sumber: Nicholson 1999.

Perubahan harga substitusi ketika P_y naik maka Y akan turun dari titik Y_1 ke titik Y_2 dan X naik dari titik X_1 ke titik X_2 . Jadi ketika harga P_y naik maka Y turun dan jumlah barang X naik.

7. Elastisitas

Salah satu ukuran derajat kepekaan yang sering digunakan dalam analisis permintaan adalah elastisitas, yang didefinisikan sebagai persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari perubahan nilai salah satu variabel yang menentukan permintaan sebesar satu persen. Persamaan untuk menghitung elastisitas adalah sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas} = \frac{\text{Presentase } Q}{\text{Presentase } X} = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta X/X} \dots (5)$$

Dimana Q adalah jumlah barang yang diminta, X adalah variabel dalam fungsi permintaan, dan delta jumlah perubahan variabel tersebut. Oleh karena itu, setiap variabel independen dalam fungsi permintaan memiliki satu elastisitas (Arsyad, 2002).

Permintaan suatu barang dikatakan *elastis* jika perubahan jumlah permintaan barang lebih besar terhadap perubahan harga. Permintaan dikatakan *inelastis* jika perubahan jumlah permintaan barang lebih kecil daripada perubahan harga (Mankiw 2012).

Untuk mengetahui tingkat kepekaan variabel terhadap permintaan beras organik dilakukan dengan cara mencari nilai elastisitas harga, elastisitas silang dan elastisitas pendapatan. Dari ketiga elastisitas tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Elastisitas Harga (E_p)

Elastisitas harga merupakan ukuran jumlah yang diminta terhadap perubahan harga barang tersebut (Lipsey et al.1995) dan dapat didefinisikan sebagai berikut:

$$E_p = \frac{\text{presentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{presentase perubahan harga}}$$

$$= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \dots \dots \dots (6)$$

- 1) Bila $E_p > 1$, permintaan elastis. Apabila harga naik 1%, maka jumlah permintaan akan turun lebih dari 1%, begitu juga sebaliknya.
- 2) Bila $E_p < 1$, permintaan inelastis. Apabila harga naik 1%, maka jumlah permintaan akan turun kurang dari 1%, begitu juga sebaliknya.
- 3) Bila $E_p = 1$, elastis tunggal (unitary elasticity). Permintaan suatu barang berubah dengan presentase yang sama dengan perubahan harga.
- 4) Bila $E_p = 0$, permintaan inelastis sempurna. Berapapun kenaikan harga suatu barang mengakibatkan jumlah barang yang diminta tetap.
- 5) Bila $E_p = \infty$, permintaan elastis sempurna. Kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan barang menjadi 0 (Arsyad, 2002).

b. Elastisitas Silang (E_c)

Elastisitas silang merupakan besarnya reaksi terhadap perubahan harga komoditi lain (Lipsey et al, 1995). Persamaan elastisitas silang dapat ditulis dengan:

$$E_c = \frac{\text{presentase perubahan jumlah barang X yang diminta}}{\text{presentase perubahan harga barang Y}} \dots (7)$$

Nilai elastisitas silang bisa positif, nol atau negatif. Tanda tersebut penting untuk menginterpretasikan nilai elastisitas tersebut.

c. Elastisitas Pendapatan (E_I)

Elastisitas pendapatan merupakan derajat reaksi permintaan terhadap perubahan pendapatan (Lipsey et al, 1995). Elastisitas dapat ditulis dengan persamaan sebagai berikut:

$$E_I = \frac{\text{presentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{presentase perubahan pendapatan}}$$

$$E_I = \frac{(\Delta Q/Q)}{\Delta I/I} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} X \frac{I}{Q} \dots \dots \dots (8)$$

Pada kebanyakan jenis barang, kenaikan pendapatan berakibat pada kenaikan permintaan dan elastisitas terhadap pendapatan akan positif. Barang-barang tersebut disebut barang normal. Barang-barang yang konsumsinya menurun sebagai tanggapan terhadap kenaikan pendapatan memiliki elastisitas pendapatan negatif dan disebut barang inferior.

Sudarsono (1998), menyatakan bahwa dalam banyak study empiris atau penelitian tentang permintaan biasanya dipergunakan bentuk fungsi permintaan yang mempunyai elastisitas konstan. Metode ini mendasarkan diri atas anggapan bahwa elastisitas permintaan terhadap perubahan variabel yang menjadi determinannya selalu tetap. Bentuk fungsinya adalah fungsi kepangkatan dengan menggunakan beberapa variabel sebagai determinannya, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Q_d = b_0 \cdot H_x^{b_1} \cdot H_s^{b_2} \cdot Y^{b_3} \cdot e$$

Dimana:

Q_d	= jumlah permintaan
B_0	= konstanta
H_x	= harga beras
H_s	= harga barang substitusi
Y	= pendapatan riil
b_1 - b_3	= koefisien regresi
e	= error

Dalam Metode analisis data untuk faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras menggunakan rumus fungsi permintaan :

$$\ln Q_d = \ln b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + e$$

Dimana:

Q_d = Jumlah permintaan beras

B_0 = Konstanta

X_1 = Harga beras tahun t (Rp/Kg)

X_2 = Harga jagung tahun t (Rp/Kg)

X_3 = Harga kentang tahun t (Rp/Kg)

X_4 = Pendapatan perkapita tahun t (Rp)

X_5 = Jumlah penduduk dalam tahun t (jiwa)

b_1 - b_5 = Koefisien regresi

e = error

B. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Metode	Variabel	Hasil
1	Ariz (2016) mengenai <i>Analisis Permintaan Beras di Kabupaten Lumajang</i>	Menggunakan metode OLS (<i>Ordinary Least Square</i>) melalui fungsi logaritma berganda.	Harga beras, harga jagung, dan jumlah penduduk.	Dari hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa tingkat permintaan beras di Kabupaten Lumajang dipengaruhi oleh harga beras, harga jagung, dan jumlah penduduk. Dari perhitungan diperoleh koefisien sebesar 0,082 yang berpengaruh negatif dan signifikan, pada penelitian ini harga jagung adalah sebesar 0,028 yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap beras yang menandakan bahwa jagung merupakan barang substitusi untuk beras, dan jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras.
2	Kassali et al., (2010) in Ile	Regression analysis using	Demand for rice, identify	From the analysis results can be

	Ife, Oshun State, Nigeria. Research on the demand for rice by using different methods of analysis.	the method of estimation model OLS in the form of a double log.	the kinds of rice that is often consumed, determine the nature of the relationship between rice and other foodstuffs, and the nature of the goods as rice consumed in the area of research.	concluded that the characteristics of the socio-economic characteristics such as the price of rice, the price of substitute foods such as sweet potatoes and beans, household incomes and a significant number of influential members of the family are statistics against the demand for rice. Rice prices have a negative relationship with the amount of rice you purchased, indicating that if the price of rice has increased then the amount requested will be down.
3	Oyinbo et al., in 2013. research on the demand for rice in nigeria	This research using model LA-AIDS (Linear Approximate Almost Ideal Demand System) to analyze the data.	The price of rice, the price of Yam, the price of corn, the price of the beans, and the monthly income of the household.	From the analysis results can be summed up the price of rice, the price of Yam, the size of the home to the staircase, and the monthly income of the household effect is positive and statistically significant

				against the proportion of expenditures for consumption of rice. Sednagkan the price of beans, corn, food output price, age of householder, and number of family members working the negative and significant effect against the proportion of household spending for consumption of rice.
4	Omojola (2006) this research analyzes the demand for rice is processed locally in Nigeria.	With the method Ordinary Least Square (OLS)	Own price, consumer income, family size, and prices of Cowpea.	From the results of the analysis can be concluded its own prices, consumer income, family size, and prices of Cowpea are statistically significant at the 5% level.
5	Tsamrotul Fuadah (2015) mengenai Analisis Permintaan Beras di Daerah Istimewah Yogyakarta.	Analisis data menggunakan metode OLS (Ordinary Least Square) dan Regresi Linear Berganda.	Permintaan beras, harga beras, harga jagung, jumlah penduduk, dan pendapatan perkapita.	Bahwasannya variabel harga beras memiliki koefisien positif dan berpengaruh signifikan terhadap permintaan beras, jumlah penduduk mempunyai koefisien negatif dan berpengaruh signifikan terhadap

				permintaan beras, sedangkan harga jagung dan pendapatan perkapita memiliki koefisien positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan beras dengan angka probabilitas dibawah 0,05 pada tingkat alfa 5%.
6	Endang wiwin (2006) mengenai <i>Analisis permintaan beras di Kabupaten Pati.</i>	Menggunakan metode OLS (<i>Ordinari Least Square</i>) dengan fungsi logaritma berganda.	harga beras, harga tepung gandum, harga telur, jumlah penduduk, dan pendapatan perkapita.	Hasil analisis menunjukkan bahwa harga beras, harga tepung gandum dan oendapatan perkapita secara bersama-sama berpengaruh nyata pada permintaan beras, sedangkan harga telur ayam tidak berpengaruh nyata pada permintaan beras dan jumlah penduduk yang paling berpengaruh terhadap permintaan beras.
7	Baja Sukma (2002) <i>Analisis permintaan beras di Kalimantan</i>	Menggunakan metode regresi linier berganda.	Permintaan beras, harga beras local, harga beras ex dolog, harga ubi	Hasil analisis menunjukkan harga beras lokal tidak berpengaruh nyata terhadap

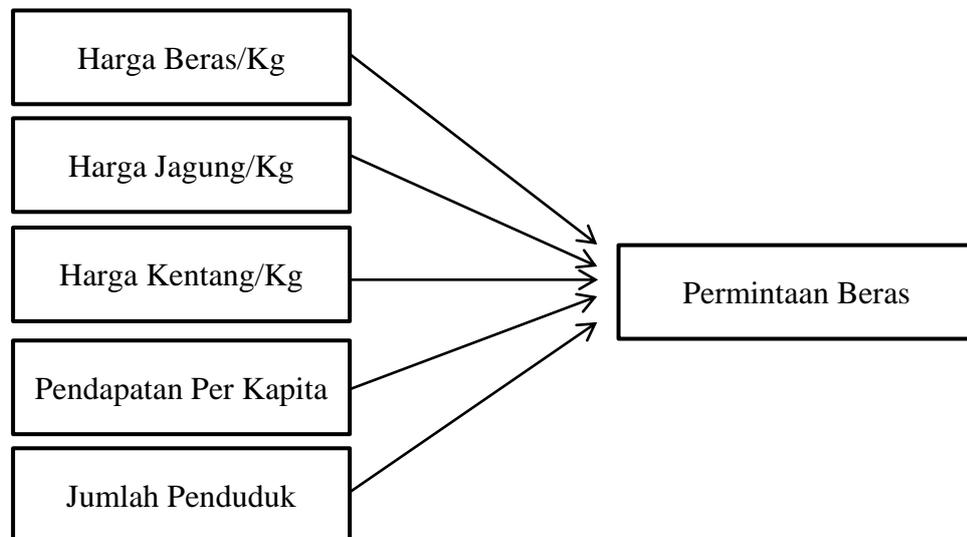
	<i>Tengah.</i>		kayu, harga tepung terigu, harga jagung, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk.	permintaan beras, harga beras bulog dan pendapatan perkapita berpengaruh sangat nyata, sedangkan harga ubi kayu dan jagung berpengaruh nyata, harga terigu tidak sama sekali berpengaruh nyata terhadap permintaan beras.
8	Harahap (2011) <i>Analisis permintaan beras di Sumatera Utara.</i>	Harga beras, harga jagung, jumlah penduduk, dan PDRB.	Menggunakan model Efek Tetep dan Efek Random.	Hasil analisis menunjukkan harga beras berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan beras, jumlah penduduk dan PDRB berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan beras, harga jagung berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan beras.
9	Miranti (2012) <i>faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras mentik di Kecamatan Plupuh.</i>	Menggunakan metode OLS.	Harga beras mentik, harga beras IR-64, pendapatan rumah tangga dan jumlah penduduk.	Hasil analisis menunjukkan bahwa berpengaruh negative dan signifikan antara harga beras mentik dan beras

				IR-64 dengan permintaan beras mentik, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota keluarga dengan permintaan beras mentik.
10	Hendrik Mulyo (2011) <i>Analisis permintaan beras di Kabupaten Klaten.</i>	Menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS.	Jumlah permintaan beras, harga beras, harga jagung, harga telur, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk.	Hasil analisis menunjukkan harga beras, harga jagung dan jumlah penduduk berpengaruh signifikan pada permintaan beras, sedangkan pendapatan perkapita tidak berpengaruh signifikan pada permintaan beras.

C. Kerangka Penelitian

Atas dasar teoritis dan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai berbagai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sebagaimana dijelaskan diatas dan disesuaikan dengan kondisi yang ada di Jawa Barat dari tahun 2010 sampai dengan 2016. Permintaan beras di Jawa Barat dapat digunakan dengan mengembangkan model sebagai berikut:

Gambar 2.10
Kerangka Penelitian



D. Hipotesis

1. Diduga variabel harga beras Provinsi Jawa Barat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Permintaan Beras Provinsi Jawa Barat.
2. Diduga variabel jumlah penduduk Provinsi Jawa Barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras Provinsi Jawa Barat.
3. Diduga variabel pendapatan perkapita Provinsi Jawa Barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras Provinsi Jawa Barat.
4. Diduga variabel harga jagung Provinsi Jawa Barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras Provinsi Jawa Barat.
5. Diduga variabel harga kentang Provinsi Jawa Barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras Provinsi Jawa Barat.