

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Permintaan

(Amaliawiati dan Murni,2014) permintaan adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dan jangka waktu tertentu dan syarat tertentu. Permintaan dapat dikatakan sebagai keinginan (*desire*) untuk mendapatkan barang dan jasa yang diikuti oleh kemampuan beli (*purchasing power*). Kemampuan beli seseorang erat kaitannya dengan tingkat pendapatan dan juga harga barang. Harga dan pendapatan (jumlah uang) akan mempengaruhi kemampuan beli dan keinginan untuk mendapatkan barang terealisasi.

(Sukirno,2005) hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan 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. Permintaan terhadap suatu barang dapat dilihat dari dua sudut, yaitu permintaan yang dilakukan oleh seseorang dan permintaan yang dilakukan oleh semua orang di pasar. (Kurniawan dan Budhi,2014) hukum permintaan adalah manakalah keadaan dengan kondisi semua hal dianggap sama, ketika suatu harga barang naik, konsumen cenderung akan mengurangi permintaan kuantitas barang tersebut.

(Boediono,2002) menyatakan permintaan adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli konsumen pada berbagai kemungkinan atau pada

berbagai tingkat harga tertentu pada suatu periode waktu tertentu. (Soeharno, 2009) permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang.

(Fauzi,2004) menyatakan seiring bertambahnya penduduk dan pembangunan ekonomi, fungsi ekonomi dan sosial air sering terganggu karena semakin krisisnya suplai air, sehingga permintaan semakin meningkat. Bahkan dilihat dari sisi geopolitik, para ahli memprediksi bahwa air akan menjadi sumber konflik saat ini. Meskipun sumber daya air secara geofisika dikatakan melimpah, hanya sebagian kecil saja yang bisa dimanfaatkan secara langsung.

(Rufaidah,2013) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

(Nopirin, 2008) permintaan adalah berbagai kombinasai harga dan jumlah yang menunjukkan jumlah sesuatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Misalnya ketika kita berbicara tentang permintaan akan air minum isi ulang di Kelurahan Merdeka, kita berbicara tentang berapa jumlah air minum isi ulang yang akan dibeli pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu, perhari, per minggu,perbulan atau pertahun.

(Bangun,2007) permintaan suatu barang berkaitan dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang pada tingkat harga tertentu. Konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan ke atas suatu barang tersebut. sebaliknya, semakin rendah

harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah permintaan ke atas barang tersebut, apabila faktor lain tidak berpengaruh (*ceteris paribus*). Hipotesis seperti itu disebut sebagai hukum permintaan. Dengan demikian, hukum permintaan (*law of demand*) adalah hukum yang menjelaskan hubungan antara harga dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang (*ceteris paribus*).

Permintaan adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu. Permintaan dapat dikatakan juga sebagai keinginan (*desire*) untuk mendapatkan barang dan jasa yang diikuti oleh kemampuan beli (*purchasing power*). Kemampuan beli seseorang erat kaitannya dengan tingkat pendapatan (jumlah uang) akan mempengaruhi kemampuan beli dan keinginan untuk mendapatkan barang terealisasi. Misalnya seseorang mempunyai keinginan untuk membeli mobil tapi tidak punya uang yang cukup sesuai harga mobil, maka keinginan tersebut belum dapat dikatakan permintaan.

(Dogde,2014) hukum permintaan adalah manakala keadaan dengan kondisi semua hal dianggap sama, ketika suatu harga barang naik, konsumen cenderung akan mengurangi permintaan kuantitas barang tersebut, dengan kata lain hubungan antara harga dan kuantitas akan cenderung berkebalikan satu sama lain. Menurut (Case dan Fair,2002) yang mengatakan bahwa apabila harga suatu barang atau jasa meningkat, maka jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen cenderung menurun dalam keadaan *ceteris paribus*. Dan sebaliknya apabila harga barang atau jasa mengalami penurunan, maka *ceteris paribus* jumlah barang atau jasa yang diminta akan mengalami kenaikan atau peningkatan. *Ceteris*

paribus dalam hal ini berarti semua faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan akan barang atau jasa dianggap tidak mengalami perubahan atau tetap.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

(Sugiarto dkk,2007) permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu komoditas ditentukan oleh banyak faktor yaitu :

1. Harga komoditas itu sendiri.
2. Harga komoditas lain yang berkaitan erat dengan komoditas tersebut.

Dalam kenyataannya banyak juga permintaan suatu komoditas ditentukan oleh berbagai faktor lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Komoditas pengganti, yaitu komoditas yang dapat menggantikan fungsi dari komoditas lain sehingga harga komoditas pengganti dapat mempengaruhi permintaan komoditas yang dapat digantikannya.
2. Komoditas pelengkap, yaitu suatu komoditas yang selalu digunakan bersama-sama dengan komoditas lainnya.
3. Komoditas netral, yaitu komoditas yang tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan komoditas lainnya sehingga perubahan permintaan akan salah satu komoditas tidak akan mempengaruhi permintaan komoditas lainnya. Dalam kaitannya dengan barang konsumsi, barang netral adalah barang-barang konsumsi yang jumlah pemakiannya tidak berubah walaupun pendapatan konsumen mengalami perubahan (bertambah atau berkurang).

(Bangun,2007) pada kenyataannya jumlah permintaan ke atas suatu barang bukan hanya ditentukan oleh harga barang itu sendiri, melainkan masih banyak faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap permintaan ke atas

suatu barang. Faktor-faktor tersebut antara lain: harga barang lain yang mempunyai kaitan dengan suatu barang tertentu, pendapatan masyarakat, daya tarik suatu barang, jumlah penduduk, dan perkiraan harga di masa yang akan datang.

1. Harga Barang Lain

Pengaruh harga barang lain terhadap jumlah permintaan ke atas suatu barang tergantung pada jenis barangnya. Jenis barang ditentukan berdasarkan sifatnya, yaitu barang substitusi dan barang komplementer. Barang substitusi (*substitution good*) adalah barang lain yang dapat menggantikan fungsi suatu barang. Contoh sederhana adalah teh dan kopi sebagai barang substitusi. Seseorang yang suka minum teh juga dapat menerima untuk minum kopi. Apabila tidak ada teh, maka kopi sebagai barang pengganti. Apabila harga teh naik, maka permintaan terhadap kopi bertambah. Sebaliknya, apabila harga teh turun maka permintaan ke atas barang itu sendiri (teh) akan bertambah, dan permintaan ke atas kopi turun.

Barang komplementer (*complementer good*) adalah suatu barang akan berfungsi apabila dilengkapi barang lain. Misalnya, gula merupakan barang komplementer bagi teh dan kopi. Tanpa ada gula teh dan kopi rasanya tidak enak. Apabila harga barang komplementer turun, maka jumlah permintaan ke atas barang lain akan meningkat dan sebaliknya. Apabila harga gula turun, maka jumlah permintaan ke atas teh dan kopi bertambah karena semakin sering orang minum teh atau kopi dan sebaliknya.

2. Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat sangat berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke atas suatu barang. Perubahan pendapatan masyarakat mengakibatkan perubahan terhadap permintaan ke atas suatu barang. Hubungan kedua variabel itu, antara pendapatan masyarakat dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang tergantung pada jenis dan sifat barangnya. Jenis barang tersebut dibedakan menjadi dua, yaitu barang normal dan barang inferior.

Barang normal (*normal good*) adalah suatu barang yang jumlahnya mengalami perubahan yang searah dengan perubahan pendapatan masyarakat. Apabila pendapatan masyarakat meningkat, maka jumlah permintaan ke atas suatu barang itu bertambah dan sebaliknya. Termasuk jenis barang normal, seperti pakaian, makanan dan lain sebagainya. Apabila pendapatan masyarakat meningkat maka konsumsi terhadap pakaian dan makanan bertambah.

Barang inferior (*inferior good*) adalah barang yang jumlahnya mengalami perubahan terbalik dengan perubahan pendapatan. Apabila pendapatan masyarakat bertambah maka permintaan ke atas suatu barang tersebut mengalami penurunan dan sebaliknya. Hal ini terjadi karena faktor kualitas barang.

Masyarakat yang pendapatannya meningkat akan mengurangi konsumsi ke atas barang-barang yang rendah kualitasnya, tetapi mengkonsumsi lebih banyak barang-barang dengan kualitas tinggi dan sebaliknya. Sebagai contoh, bagi masyarakat yang berpendapatan tinggi, cenderung mengurangi konsumsinya terhadap pakaian yang berkualitas rendah dan sebaliknya.

3. Daya Tarik

Daya tarik suatu barang sangat berpengaruh terhadap permintaan ke atas

suatu barang. Semakin tinggi daya tarik suatu barang, maka semakin banyak masyarakat yang tertarik terhadap barang tersebut, sehingga permintaan ke atas suatu barang tersebut akan bertambah dan sebaliknya. Unsur-unsur yang terdapat dalam variabel ini adalah model, bentuk dan warna, membuat penampilan suatu barang dapat menarik perhatian masyarakat (konsumen). Penampilan yang menarik ke atas suatu barang dapat meningkatkan daya beli konsumen, sehingga permintaan ke atas barang tersebut meningkat.

4. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan ke atas suatu barang. Meningkatnya jumlah penduduk merupakan sasaran ke atas suatu barang dalam meningkatkan jumlah permintaannya dan sebaliknya. Bertambahnya jumlah penduduk suatu negara merupakan potensi terhadap peningkatan jumlah permintaan ke atas suatu barang. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penduduk maka semakin tinggi jumlah permintaan ke atas suatu barang tertentu. Sebaliknya, permintaan akan suatu barang akan menjadi berkurang apabila jumlah penduduk semakin berkurang. Pernyataan itu benar bila didukung oleh tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik.

5. Perkiraan Harga di Masa Yang Akan Datang

Perkiraan harga suatu barang di masa yang akan datang dapat berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke atas suatu barang. Apabila diramalkan terjadi kenaikan harga ke atas suatu barang tertentu di masa yang akan datang, maka permintaan ke atas barang itu akan bertambah. Demikian sebaliknya, apabila diramalkan harga suatu barang turun pada masa yang akan datang, maka

permintaan pada saat sekarang akan berkurang. Sebagai contoh, bila diramalkan harga bahan bakar minyak (BBM) naik pada beberapa hari mendatang, maka permintaan ke atas BBM akan meningkat.

(Sukirno,2005) permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan dibawah ini :

1. Harga barang itu sendiri

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang.

2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut

Hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan yaitu: barang lain itu merupakan pengganti, barang lain itu merupakan pelengkap, dan kedua barang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral). Suatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Sesuatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang rapat maka perubahan

terhadap permintaan salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya, barang seperti itu dinamakan barang netral.

3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan: barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah.

Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat. Sedangkan sesuatu barang dinamakan barang normal apabila mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Jenis barang mewah merupakan jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi.

4. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila

pendapatan tersebut diubah corak distribusinya. Sekiranya pemerintah menaikkan pajak terhadap orang-orang kaya dan kemudian menggunakan hasil pajak ini untuk menaikkan pendapatan pekerja yang bergaji rendah maka corak permintaan terhadap berbagai barang akan mengalami perubahan. Barang-barang yang digunakan oleh orang-orang kaya akan berkurang permintaannya, tetapi sebaliknya barang-barang yang digunakan orang yang pendapatan rendah yang mengalami kenaikan pendapatan akan bertambah permintaannya.

5. Cita rasa masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang.

6. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat, pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

7. Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi,

akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.

2.1.3 Teori Penawaran

(Amaliawiati,2017) penawaran adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dijual oleh penjual pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu. Penawaran dapat juga dikatakan sebagai ketersediaan produk dan siap untuk ditawarkan kepada konsumen. Ketersediaan produk di pasar sangat tergantung pada berbagai hal, seperti kondisi harga pasar, baik harga produk (output) maupun harga input yang digunakan untuk menghasilkan produk. Kondisi harga jual produk dan harga input sangat mempengaruhi motivasi pengusaha/penjual dalam menyediakan produknya di pasar.

(Sukirno,2005) hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga sesuatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan kepada penjual. Dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya tersebut apabila harganya rendah. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

(Nurjayanti,2011) menyatakan bahwa penawaran adalah salah satu kekuatan yang menentukan keseimbangan pasar. Penawaran pasar atas suatu produk menunjukkan total penawaran seluruh produsen yang ada di pasar, yang

ditentukan oleh harga produk itu sendiri, harga produk lain, biaya produksi, teknologi, kebijakan pemerintah, besar pajak, subsidi dan lain-lain. Jika harga suatu produk semakin murah, maka jumlah penawaran produk tersebut oleh produsen akan semakin kecil, demikian sebaliknya.

(Ardiyati,2011) menerangkan bahwa penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa: “Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.” (Ardiyati,2011) mencatat bahwa harga berpengaruh positif terhadap jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan harga barang lain akan tergantung pada jenis barangnya, apakah substitusi atau komplementer.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran

(Sukirno,2005) keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor antara lain:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain

Telah diterangkan dalam membahas teori permintaan bahwa barang-barang ada yang saling bersaing (barang-barang pengganti) satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang-barang seperti itu menimbulkan pengaruh yang penting kepada penawaran sesuatu barang.

3. Biaya produksi

Pembayaran kepada faktor-faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting dalam proses produksi berbagai perusahaan. Pengeluaran tersebut mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan biaya produksi. Tanpa adanya kenaikan produktivitas dan efisiensi, kenaikan harga faktor-faktor produksi akan menaikkan biaya produksi. Di beberapa perusahaan kenaikan pengeluaran untuk memperoleh faktor-faktor produksi akan menyebabkan biaya produksi melebihi hasil penjualannya dan mereka mengalami kerugian. Ini dapat menimbulkan penutupan usaha tersebut dan jumlah penawaran barang menjadi berkurang. Di perusahaan lainnya, kenaikan harga faktor-faktor produksi mengurangi keuntungan mereka. Kalau tingkat keuntungan sesuatu usaha tidak menarik lagi, mereka akan pindah ke usaha lain. Juga tindakan ini dapat mengurangi penawaran dalam suatu kegiatan ekonomi tertentu.

4. Tujuan perusahaan

Dalam teori ekonomi selalu dimisalkan perusahaan berusaha memaksimalkan keuntungan. Dengan pemisalan ini tiap perusahaan tidak berusaha untuk menggunakan kapasitas memproduksinya secara maksimal, tetapi akan menggunakannya pada tingkat kapasitas yang memaksimalkan keuntungan.

5. Tingkat teknologi

Tingkat teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan banyaknya jumlah barang yang ditawarkan. Kenaikan produksi dan perkembangan ekonomi yang sangat besar di berbagai negara terutama disebabkan oleh penggunaan teknologi yang semakin moderen. Kemajuan

teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktivitas, mempertinggi mutu barang dan menciptakan barang-barang yang baru.

(Amaliawiati dan Murni,2017) faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran antara lain :

1. Harga barang itu sendiri (*price factor*)
2. Harga barang lain (*substitution factor*)
3. Ongkos atau biaya produksi (*cost factor*):
 1. Pajak
 2. Subsidi
 3. Harga bahan baku
 4. Upah tenaga kerja
 5. Tarif listrik
 6. Harga BBM
4. Perubahan teknologi (*technology factor*)
5. Ramalan (*expectation factor*)

2.1.5 Teori Perilaku Konsumen

(Schiffman dan Kanuk,1994) dalam bukunya yang berjudul *Consumer Behaviour* menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk. (Nitisusastro,2013) dalam kegiatan mencari tentu saja tidak hanya sebatas pada barang dan jasa yang dibutuhkan melainkan juga terkait pada barang dan jasa yang diinginkan yang meliputi : kualitas, harga, ukuran,cara mendapatkannya, cara menggunakannya dan sebagainya.

(Engel,1994) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. Lain halnya dengan yang dikatakan *The American Marketing Association* bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara *afeksi* dan *kognisi*, perilaku dan lingkungannya ketika manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.

(Setiadi,2003) perilaku konsumen adalah dinamis, ini berarti bahwa perilaku seorang konsumen, group konsumen ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Perilaku konsumen melibatkan pertukaraan.

Konsumen adalah salah satu pelaku ekonomi yang selalu dihadapkan pada berbagai alternative pilihan, baik ketika mereka berada di pasar output (pasar produk) maupun di pasar input (pasar faktor produksi). Di pasar produk (output) konsumen berperilaku sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana yang dimiliki, selera dan harga produk itu sendiri. Sedangkan di pasar faktor produksi khususnya pasar tenaga kerja, konsumen dalam berperilaku ditentukan oleh ketersediaan lapangan kerja, tingkat upah dan keterampilan yang dimiliki dan di pasar modal konsumen juga dipengaruhi oleh perkembangan tingkat bunga.

Konsumen sebagai unit pengambilan keputusan perilakunya sangat dibatasi beberapa faktor seperti : harga produk dan pendapatan yang diterimanya. Perkembangan harga sangat mempengaruhi pilihan dan keputusan konsumen dalam membeli sejumlah barang, jika harga barang naik konsumen cenderung

mengurangi pembeliannya, jika harga turun akan menambah pembeliannya. Keterbatasan dana menuntut konsumen juga harus berhati-hati dalam membelanjakan atau mengalokasikan dana/pendapatannya untuk berbagai barang kebutuhan, agar dengan keterbatasan dana tersebut dapat memperoleh barang yang nilai utilitas (nilai guna) tinggi sesuai dengan kebutuhannya.

Utilitas (nilai guna) adalah kemampuan sesuatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia. Nilai guna berbeda-beda ada yang rendah ada yang tinggi dan ini sangat tergantung pada jenis barang dan tingkat kebutuhan seseorang. Konsep atau teori utilitas (nilai guna) sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen, oleh sebab itu teori utilitas sering digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen. Hal ini disebabkan : a) konsumen selalu bertindak rasional, rasionalnya tindakan seorang konsumen terlihat dari upaya mereka yang selalu mencari kepuasan yang optimal dalam setiap berkonsumsi ; b) barang-barang yang dapat memenuhi tindakan-tindakan rasional konsumen tersebut pastilah barang-barang yang mempunyai utilitas. Konsumen rasional selalu mengkonsumsi barang-barang yang mempunyai nilai guna (utility).

Menurut (Sadono Sukirno,2005) ada tiga pendekatan dalam teori utilitas yang digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen, yaitu : pendekatan kardinal (*Cardinal Utility Approach*), pendekatan ordinal (*Ordinal Utility Approach*) dan pendekatan *revealed preference*.

1. Pendekatan Kardinal

Dalam pendekatan ini diasumsikan bahwa nilai guna dapat diukur dan dinyatakan secara kuantitatif dan alat ukurnya adalah uang. Uang dapat digunakan

sebagai alat ukur apabila uang itu dipandang sebagai subyek, misalnya semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang artinya barang tersebut mempunyai nilai guna yang sangat tinggi bagi kehidupannya, maka semakin besar pula kesediaan konsumen tersebut untuk mengorbankan uangnya. Sebaliknya semakin rendah nilai guna tersebut akan kecil pula kesediaan konsumen mengorbankan uangnya. (Case dan Fair,2017) ada dua konsep yang dapat diukur yaitu :

1) Total Utility (TU)

Jumlah keseluruhan kepuasan (utilitas) yang diperoleh konsumen dalam mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Hukum yang berlaku untuk Total Utility disebut *Increasing Total Utility* ; Semakin banyak barang yang dikonsumsi persatuan waktu, semakin besar jumlah nilai guna yang diperoleh, sampai pada satu titik tertentu (titik kepuasan maksimum). Setelah titik ini tercapai penambahan jumlah barang yang dikonsumsi akan menimbulkan Total Utility yang menurun.

2) Marginal Utility (MU)

Pertambahan nilai guna (kepuasan) yang diperoleh sebagai akibat dari penambahan satu unit barang yang dikonsumsi. Hukum yang berlaku dalam Marginal Utility disebut : *Law Of Diminishing Marginal Utility* ; semakin banyak sesuatu barang yang dikonsumsi pertambahan nilai guna (kepuasan) yang diperoleh dari setiap penambahan satu unit barang yang dikonsumsi akan menurun.

2. Pendekatan Ordinal

Dalam pendekatan ordinal nilai guna tidak dapat diukur atau dikuantifikasi, tapi nilai guna hanya dapat dibandingkan tinggi atau lebih tinggi, sebaliknya rendah atau lebih rendah. Ada dua konsep yang dipakai untuk mengamati perilaku konsumen melalui pendekatan ordinal yaitu : kurva kepuasan sama (indifference curve) dan garis anggaran (budget line).

1) Indifference Curve

Indifference curve adalah suatu garis yang menghubungkan titik-titik kombinasi dari dua macam barang konsumsi yang dapat memberikan kepuasan sama.

2) Budget Line

Budget line adalah suatu garis anggaran pengeluaran yang memperlihatkan hubungan berbagai titik kombinasi dari dua macam barang yang dikonsumsi dengan batas anggaran tertentu yang nilainya sama.

3. Pendekatan *Revealed Preference*

(Paul Samuelson,2009) mengungkapkan bahwa konsep Utility yang diterapkan pada teori perilaku konsumen cardinal dan ordinal masih sulit diuji secara empiris karena sifatnya yang subyektif artinya setiap orang akan mempunyai penilaian yang berbeda dalam penentuan kepuasannya, oleh karena itu ada perkembangan baru dalam teori perilaku konsumen yaitu teori *revealed preference* yang tidak menggunakan konsep utility.

Teori *revealed preference* pada prinsipnya menunjukkan bahwa dalil-dalil pokok dalam teori konsumen bisa diterangkan atas dasar pilihan yang diungkapkan

(*revealed preference*). Konsumen dalam memilih berbagai barang yang dihadapinya dengan syarat konsumen konsisiten dalam preferensinya akan barang satu dengan barang lain.

Menurut ekonomi (Kelvin Lancaster,1991) bahwa yang menimbulkan kepuasan bukanlah konsumsi barang dalam artian sehari-hari, tetapi ada unsur-unsur yang bersifat lebih fundamental dari barang itu sendiri, contoh : sepiring nasi di dalamnya mengandung unsur sekian karbohidrat dan protein, pakaian mengandung unsur kehangatan dan kebanggaan (*prestise*), dalam satu buah strawberry mengandung vitamin C dan zat antioxidant, unsur-unsur (karakteristik) itulah yang dapat memuaskan konsumen bukan sepiring nasi, sebuah pakaian dan satu buah strawberry.

Setiap konsumen memiliki nilai yang berbeda akan kandungan karakteristik terhadap suatu barang, hal ini tidak menjadi suatu masalah, tetapi yang penting adalah sumbu-sumbu yang digunakan untuk menggambarkan *indifference curve* seorang konsumen haruslah menunjukkan jumlah karakteristik yang dikonsumsi bukan jumlah barang yang dikonsumsi.

2.2. Hubungan Antarvariabel

2.2.1 Hubungan Antara Pendapatan Rumah Tangga Dengan Permintaan

Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak dan juga merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang tergantung pada jenis pekerjaannya.

(Sukirno,2005) menulis bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan. Pada hakikatnya hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, demikian sebaliknya. Hubungan yang terwujud merupakan hubungan berbanding lurus.

(Sukirno,2006) menyatakan pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama suatu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan, beberapa klasifikasi pendapatan antara lain :

1. Pendapatan pribadi, yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu negara.
2. Pendapatan disposibel, yaitu pendapatan pribadi yang dikurangi pajak yang baru dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.
3. Pendapatan nasional, yaitu nilai seluruh barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam setahun.

(Raharja dan Manurung,2001) mengatakan bahwa pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu.

Pada dasarnya pendapatan rumah tangga berasal dari berbagai sumber, kondisi ini bisa terjadi karena masing-masing anggota rumah tangga mempunyai lebih dari satu jenis pekerjaan baik sebagai pekerjaan tetap maupun sebagai pekerjaan pengganti.

2.2.2 Hubungan Antara Jumlah Anggota Keluarga Dengan Permintaan

Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Banyaknya anggota keluarga, maka permintaan terhadap suatu barang atau jasa semakin bervariasi karena masing-masing anggota rumah tangga belum tentu mempunyai selera yang sama. (Mantra,2003) Jumlah anggota keluarga berkaitan dengan pendapatan rumah tangga yang akhirnya akan mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang dan jasa tersebut.

Jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak pula kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi. Begitupula sebaliknya, semakin sedikit anggota keluarga berarti semakin sedikit pula kebutuhan yang harus dipenuhi keluarga. Sehingga dalam keluarga yang jumlah anggotanya banyak, akan diikuti oleh banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi. Semakin besar ukuran rumah tangga berarti semakin banyak anggota rumah tangga yang pada akhirnya akan semakin berat beban rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Menurut (Mantra,2003) yang termasuk anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah bila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama-sama menjadi satu. Jadi, yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga

membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua).

2.2.3 Hubungan Antara Harga Dengan Permintaan

(William,2000) harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh berbagai kombinasi produk dan pelayanan yang menyertainya. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan akan barang tersebut. Hal ini disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Kenaikkan harga juga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.

(Sukirno,2010) harga dianggap sebagai faktor penyebab perubahan terhadap harga barang dan jasa yang diminta. Harga adalah tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukarkan dengan barang lain dan bisa dinilai dengan uang. Pengertian harga secara garis besar adalah jumlah barang lain yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu jenis barang tertentu.

(Mankiw,2006) harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat

melakukan pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Hubungan antara harga dan jumlah terjalin karena ada suatu ketentuan bahwa jumlah yang dimiliki merupakan fungsi dari perubahan harga, ini memberi arti bahwa diantara kedua perubahan itu ada hubungan berlawanan. Turunnya harga akan merangsang konsumen untuk membeli banyak dan sebaliknya jika harga naik dalam *ceteris paribus* menyebabkan jumlah barang dan jasa yang akan berkurang atau pembeli cenderung membeli sedikit komoditi tersebut.

2.3 Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang masalahnya hampir sama dengan penelitian yang sedang dilakukan :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Alat Analisis dan Hasil Penelitian
1	Ester Simatupang (2018)	Faktor-faktor Yang Memengaruhi Permintaan Industri Kecil Di Kota Pekan Baru (Studi Kasus Air Minum Isi Ulang)	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan data primer yang telah diolah. Hasil penelitin : 1. Secara parsial faktor pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang sebesar 4,912 dengan signifikan 0,196 > 0,05. Sedangkan faktor jumlah anggota rumah tangga berpengaruh positif

			<p>dan signifikan pada permintaan air minum isi ulang 1,592 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Faktor harga air minum isi ulang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang sebesar 1,106 dengan signifikan $0,980 > 0,05$.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Secara simultan faktor pendapatan, jumlah anggota rumah tangga dan harga air minum isi ulang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang di Kota Pekanbaru. 3. Variabel yang paling mempengaruhi permintaan air minum isi ulang di Kota Pekanbaru adalah jumlah anggota rumah tangga.
2	Mintarti Indartini dan Indayati (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Bersih Sebagai Pengganti Air PDAM (Studi Kasus Permintaan Air Bersih Sumur Bor di Desa Bagi Kecamatan Madiun Kota Madiun)	<p>Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan air bersih sumur bor di Desa Bagi Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. 2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap permintaan air bersih sumur bor di Desa Bagi Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. 3. Status ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan air bersih sumur bor di Desa Bagi Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. 4. Kualitas produk berpengaruh dominan.

3	Parmin, Muhamad Yusuf dan M.Umar Maya Putra (2016)	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Isi Ulang Di Kota Banjai	<p>Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan program software E Views 6 dan data sekunder diperoleh mengenai gambaran umum tentang konsumsi air minum isi ulang dan hasil studi kepustakaan yang digunakan sebagai pendukung teori-teori yang relevan dengan penelitian.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara air minum isi ulang (galon), anggota rumah tangga dan jumlah pendapatan rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang di Kota Banjai . 2. Terdapat hubungan positif dan tidak signifikan antara biaya pengeluaran air minum dalam kemasan (aqua) terhadap permintaan air minum isi ulang (galon) di Kota Banjai.
4	Didik Prabowo (2014)	Analisis Permintaan Air Minum Isi Ulang Di Kota Pekan Baru	<p>Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuantitatif yaitu metode regresi linear berganda dengan menggunakan data primer yang telah diolah.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara parsial faktor yang mempengaruhi permintaan air bersih adalah variabel x_1, x_2 dan x_3 yaitu pendapatan, jumlah anggota rumah tangga dan harga. 2. Jumlah anggota rumah tangga berpengaruh positif terhadap permintaan air minum isi ulang di Kota Pekan Baru sedangkan harga mempunyai pengaruh yang negative terhadap permintaan air minum isi ulang di Kota Pekan Baru.

			3. Pendapatan (x1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap permintaan air minum isi ulang di Kota Pekanbaru.
5	Willy. S.J. Rumahorbo (2009)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Bersih Di Kecamatan Medan Timur	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian : 1. Perubahan harga akan menyebabkan perubahan terhadap jumlah pemakaian air di Kecamatan Medan Timur. 2. Perubahan tingkat pendapatan pelanggan sebesar 1% ternyata mampu mengakibatkan peningkatan permintaan air bersih sebesar 29,20%.

Sumber: Diolah 2019

2.4 Kerangka Pikiran Teoritis

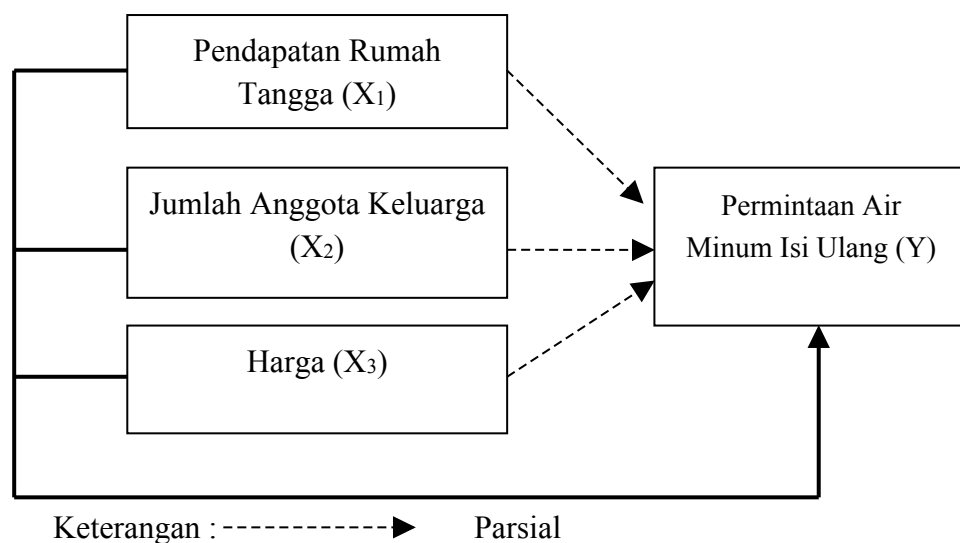
Dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai permintaan air minum isi ulang di Kelurahan Merdeka, Kecamatan Kota Lama, Kota Kupang. Dalam menganalisis penelitian ini menggunakan faktor-faktor permintaan seperti: pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan harga. Faktor-faktor permintaan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel bebas. Sedangkan permintaan air minum isi ulang merupakan variabel terikat.

Dalam teori (Sukirno,2005) menyatakan bahwa pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan suatu barang. Apabila pendapatan

meningkat maka permintaan barang yang dilakukan seorang individu cenderung akan meningkat pula, dan sebaliknya. (Sumarwan,2004) jumlah anggota keluarga akan menentukan jumlah konsumsi suatu barang dan jasa. Jumlah anggota keluarga juga akan menggambarkan potensi permintaan terhadap suatu barang atau jasa, sehingga apabila dalam keluarga tersebut mempunyai 4 sampai 6 orang jumlah anggota keluarganya maka akan memungkinkan semakin banyak pula jumlah permintaan akan air minum isi ulang. Mengenai harga, seperti dalam (Sukirno ,2005) menyatakan bahwa harga mempunyai hubungan negatif terhadap permintaan suatu barang, apabila harga naik maka permintaan akan turun, dan sebaliknya.

Dengan demikian kerangka pemikirannya dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran Teoritis



—————→ Simultan

2.5 Hipotesis Skripsi

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga ada pengaruh secara simultan pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen dan harga terhadap permintaan air minum isi ulang di Kelurahan Merdeka Kecamatan Kota Lama Kota Kupang ?
2. Diduga ada pengaruh secara parsial pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen dan harga terhadap permintaan air minum isi ulang di Kelurahan Merdeka Kecamatan Kota Lama Kota Kupang ?