

## PENGARUH FLUKTUATIF HARGA BARANG POKOK DAN NON POKOK TERHADAP PERMINTAAN DAN PENAWARAN

*Naning Pujiati*

*IAIN Ponorogo, Indonesia  
naningpujiati1107@gmail.com*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fluktuasi harga barang pokok dan non pokok terhadap permintaan dan penawaran. Faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah harga-harga dari barang pokok dan non pokok dari beberapa waktu penjualan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, sehingga sumber data adalah data primer. Subjek dalam wawancara adalah pedagang toko. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif deskripsi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang fluktuatif sangat berpengaruh pada permintaan dan penawaran barang tersebut. Harga tinggi pada barang pokok menyebabkan perubahan tidak signifikan terhadap permintaan dan penawarannya, karena barang pokok adalah barang yang sangat penting. Berbeda dengan barang non pokok jika harga tinggi pembeli dapat menanggukhan permintaan dari barang itu atau beralih pada barang pengganti yang mirip yang lebih murah. Karena pada dasarnya dari segi kegunaan barang non pokok dibawah barang pokok.

Kata kunci: Barang Non Pokok, Barang Pokok, Harga, Penawaran, Permintaan

### **The Effect of Fluctuating Price of Basic and non Basic Goods on Demand and Supply**

**Abstract:** This study aims to determine the effect of price fluctuations in basic and non-basic goods on demand and supply. The factors examined in this study are the prices of basic and non-basic goods from several sales times. This research is included in survey research with a qualitative approach. The technique of collecting data by interview, so that the data source is primary data. The subjects in the interview were shop traders. The data analysis technique used qualitative descriptive analysis. The results of this study indicate that fluctuating prices greatly affect the demand and supply of these goods. High prices for basic goods cause insignificant changes in demand and supply, because basic goods are very important goods. It is different from non-basic goods if the price is high, the buyer can suspend the demand for the goods or switch to similar substitutes which are cheaper. Because basically in terms of the use of non-basic goods under the basic goods.

Keywords: Prices, Non-Basic Goods, Basic Goods, Supply, Demand

## **PENDAHULUAN**

Permintaan dan penawaran sudah menjadi kegiatan sehari-hari bagi manusia dalam melakukan kegiatan perekonomian. Permintaan dan penawaran yang dilakukan tiap individu tentu berbeda, sesuai kemampuannya dalam melakukan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran sangat erat kaitannya dengan harga, sehingga tingkat permintaan juga akan dipengaruhi oleh pendapatan seseorang. Ahmad syafii menyampaikan dalam bukunya, (Syafii, Ahmad, 2020: 25) Setiap manusia pasti melakukan permintaan dalam memenuhi kebutuhannya. Permintaan individu satu dengan yang lain berbeda-beda karena memang kebutuhannya berbeda.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan yang paling utama adalah harga. Saat harga naik permintaan turun dan berlaku sebaliknya. Permintaan dalam rumah tangga bergantung dari pendapatan, dapat dilihat bahwa pendapatan individu dengan yang lain adalah berbeda. Maka permintaannya pun juga berbeda-beda. Permintaan efektif yaitu permintaan yang seseorang

tersebut mampu untuk memenuhinya, berbeda dengan permintaan potensial yang permintaan seseorang tetapi belum membelinya. Untuk memenuhi permintaan dari para konsumen dibutuhkannya penawaran yang dilakukan oleh para penjual atau produsen. Dalam penawaran ini produsen menyediakan barang yang diminta oleh konsumen sehingga permintaan konsumen dapat terpenuhi dan kegiatan ekonomi pun dapat berjalan. Tanpa adanya penawaran maka permintaan tidak dapat terwujud atau terpenuhi dan akan timbulnya kesulitan dalam memenuhi permintaan. Kegiatan ekonomi juga tidak dapat berjalan.

Dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai pengaruh yang akan terjadi pada tingkat permintaan dan penawaran ketika adanya fluktuasi harga. Dalam penelitian ini akan menunjukkan beberapa jumlah permintaan dan penawaran dari barang pokok dan barang non pokok pada tingkat harga yang fluktuatif, menunjukkan perbedaan diantara permintaan dan penawaran barang pokok dan non pokok, dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran selain dari harga. Tingkat permintaan dan penawaran disajikan dalam bentuk grafik. Sampel yang diambil adalah barang pokok yang terdiri dari beras sedangkan barang non pokok adalah mie instan. Ida Nuraini dalam bukunya menyampaikan (Nuraini, 2016: 11) karena faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan itu banyak sekali, maka di dalam membicarakan mengenai teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi, permintaan terhadap suatu barang atau jasa tertentu dipengaruhi oleh harga barang atau jasa itu sendiri. Oleh sebab itu dalam teori permintaan yang akan dianalisa adalah perkaitan antara permintaan antara permintaan sesuatu barang dengan harga barang itu sendiri. Sedangkan faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Tidak dapat dipungkiri bahwa pembeli juga akan mengabaikan faktor harga apabila mereka memang benar-benar membutuhkan barang tersebut. Sehingga harga disini tidak mempengaruhi permintaan, tetapi pembeli memprioritaskan kegunaan yang dihasilkan barang yakni menjadi kebutuhan pokok. Walaupun harga naik, tetapi pendapatan pembeli atau konsumen naik, maka permintaan juga tetap naik. Sehingga harga bukanlah sebagai satu-satunya faktor pengaruh permintaan dan penawaran, melainkan salah satu diantara banyaknya faktor. Pembeli yang loyal tidak mementingkan harga, mereka tetap akan membeli barang dengan harga tinggi demi kualitas barang yang bagus, apalagi ditambah dengan pendapatan yang tinggi. Hal ini tidak berlaku pada semua pembeli karena prioritas dan kebutuhan tiap pembeli berbeda-beda sangat tergantung dari kemampuan para pembeli. Hal ini hampir sama dengan pendapat yang dikemukakan Yopi, (Yopi Nisa Febianti, 2015: 160) kenyataannya tidak semua barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang tinggi dan berkualitas tinggi dapat laku di pasaran, karena tidak semua konsumen dapat loyal terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan melebihi kemampuan mereka. Alimuddin juga menyampaikan, (Alimuddin, 2013: 3-5) apabila harga suatu barang atau jasa naik dan harga-harga barang lain tetap konstan, maka konsumen akan berusaha mengganti barang lain yang harganya relatif lebih murah.

Menurut Sukirno, (Sukirno, 2013: 13) Kalau masyarakat tidak menyukai suatu barang, penurunan harga tidak dapat menambah permintaannya. Jadi dalam Permintaan sangat dipengaruhi oleh harga, dibuat pemisalan *ceteris paribus* atau faktor lain yang mempengaruhi dianggap sama. Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan harganya. (Sukirno, 2013: 76) 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.

Dalam bukunya juga Ahman berpendapat, (Ahman, Eeng, & Rohmana, 2009: 99) Penawaran diartikan sebagai keseluruhan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan dalam berbagai kemungkinan harga yang berlaku dipasar dalam satu periode tertentu. Dari pengertian ini ada dua variable ekonomi, yaitu jumlah barang yang ditawarkan atau akan dijual dan tingkat harga. Kedua variable ini memperlihatkan adanya hubungan satu sama lainnya. Kedudukan variabel harga dalam konsep penawaran adalah sebagai variabel yang mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan, atau sering disebut (*independent variable*). Sedangkan jumlah barang yang ditawarkan sebagai variabel yang dipengaruhi atau variabel terikat (*dependent variable*). Fungsi penawaran terjadi dari perilaku produsen yang menginginkan keuntungan maksimum dengan kendala biaya produksi tertentu. Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan beberapa faktor. Yang terpenting adalah: harga barang itu sendiri, harga barang lain, biaya produksi, tujuan –tujuan operasi perusahaan, tingkat teknologi yang digunakan.

Hukum penawaran menunjukkan wujud hubungan positif antara tingkat harga dan kuantitas barang yang ditawar. Hal ini disebabkan karena harga yang tinggi memberi keuntungan yang lebih kepada produsen, jadi produsen akan menawarkan lebih banyak barang. Harga yang tinggi menyebabkan produsen berpendapat barang tersebut sangat diminta oleh konsumen tetapi penawarannya kurang di pasaran. Produsen akan menambahkan penawaran untuk memenuhi permintaan.

## **METODE**

Menurut Albi Anggito dan J. Setiawan dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif (Albi Anggito dan J. Setiawan, 2018: 8) metode penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball* dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif deskriptif, penyajian data yang diproyeksikan dalam

table dan kurva selanjutnya akan dideskripsikan dan dibahas dengan mengkolerasikan data yang diperoleh dengan hasil wawancara dan teori.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu informasi dikumpulkan melalui wawancara pada pedagang toko. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Wawancara di lakukan secara individual yakni hanya pada satu pemilik toko. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan sebagai teknik pengumpulan data guna memperoleh informasi, yang sebelumnya telah menyusun daftar pertanyaan yang diperlukan. Penelitian dilakukan pada sebuah Toko Ibu Siti Romlah Desa Ngrawan RT.42 RW.13 Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Wawancara dilakukan mengenai jumlah permintaan dan penawaran pada tingkat harga yang relatif berubah seiring berubahnya harga. Serta mengenai faktor-faktor penyebab fluktuasi permintaan dan penawaran. Harga data yang disajikan merupakan data permintaan dan penawaran harian, yang disajikan berupa permintaan dan penawaran dari barang pokok dan barang non pokok yang merupakan data primer.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Hasil dari analisis kualitatif deskripsi adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Permintaan dan Penawaran (Barang Pokok): Beras**

Harga Barang (Rp)	Waktu Penjualan	Jumlah permintaan Per Hari (Kg)	Jumlah Penawaran Per Hari (Kg)	Stok
8.500	1	100	350	7 hari
8.000	2	150	200	7 hari
7.500	3	175	175	7 hari
6.500	4	250	150	7 hari
6.000	5	300	50	7 hari

Menurut Gafar (Gafar, 2008: 34) Bahan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak. Bahan pokok menurut PP 140/1960 adalah beras, gula, minyak tanah, minyak goreng, garam, ikan asin, tekstil kasar, batik kasar dan sabun cuci. Karena jumlahnya 9 maka disebut SEMBAKO atau sembilan bahan pokok.

Sampel yang digunakan dalam penelitian barang pokok ini adalah beras. Dari table 1, tingkat harga beras memang sangat fluktuatif. Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan harganya. Hukum Permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya. Selain faktor harga, ada faktor lain, seperti harga barang lain yang berkaitan dengan barang tersebut, misal selain barang tersebut ada pula barang pengganti, dan kebetulan barang pengganti itu lebih murah maka konsumen akan memilih

menggunakan barang pengganti tersebut yang cenderung memiliki kegunaan atau kualitas yang sama atau hampir sama. Dalam hal ini, ketika petani dalam masa panen, penawaran beras sangat banyak jenisnya, sesuai kualitas beras. Sehingga ketika musim panen ada banyak sekali pilihan harga beras. Karena dari petani mereka menanam beberapa jenis beras yang berbeda. Tingkat pendapatan rumah tangga juga mempengaruhi, dimana apabila suatu rumah tangga memiliki tingkat pendapatan tinggi maka mereka akan cenderung melakukan permintaan yang banyak. Sebaliknya jika pendapatan rumah tangga rendah maka mereka akan mengurangi permintaan atas suatu barang.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wahidin Tarigan, dkk pada Analisis Permintaan Dan Penawaran Beras di Provinsi Sumatera Utara (Tarigan, Lubis, & Zein, 2011: 28) menyatakan bahwa Perubahan pendapatan dan perubahan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap permintaan beras, temuan ini nyata secara statistik, sedangkan harga beras, harga barang substitusi dan permintaan beras tahun sebelumnya tidak berkorelasi terhadap permintaan beras. Dalam jangka pendek penawaran terhadap beras bersifat inelastis, karena hasil-hasil produk pertanian termasuk beras bersifat musiman, dan memerlukan tenggang waktu (*gestation period*) antara menanam dengan memanen, suatu kenaikan harga di pasar tidak dapat segera diikuti dengan naiknya penawaran kalau memang panen belum tiba.

Harga beras akan cenderung semakin menurun apabila musim panen tiba, karena para petani lebih banyak menyediakan gabah untuk dijadikan beras. Sehingga harga beras di toko dan pasar juga ikut menurun. Dalam penelitian dari Dudi Septiadia dan Umbu Jokab dalam penelitiannya Analisis Respon dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras Indonesia (Septiadi & Joka, 2019: 44) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis respon menunjukkan bahwa respon permintaan beras terhadap produksi beras bersifat inelastis. Hal ini dapat dibuktikan berdasar pada hasil analisis respon yang menunjukkan bahwa nilai elastisitas jangka pendek sebesar 0.55 dan elastisitas jangka panjang sebesar 0.97. Artinya permintaan beras tidak responsif terhadap perubahan produksi beras. Jika produksi beras naik sebesar 10 persen, maka akan berdampak pada penurunan jumlah permintaan beras sebesar 0.55 persen dalam jangka pendek dan sebesar 0.97 persen dalam jangka panjang.

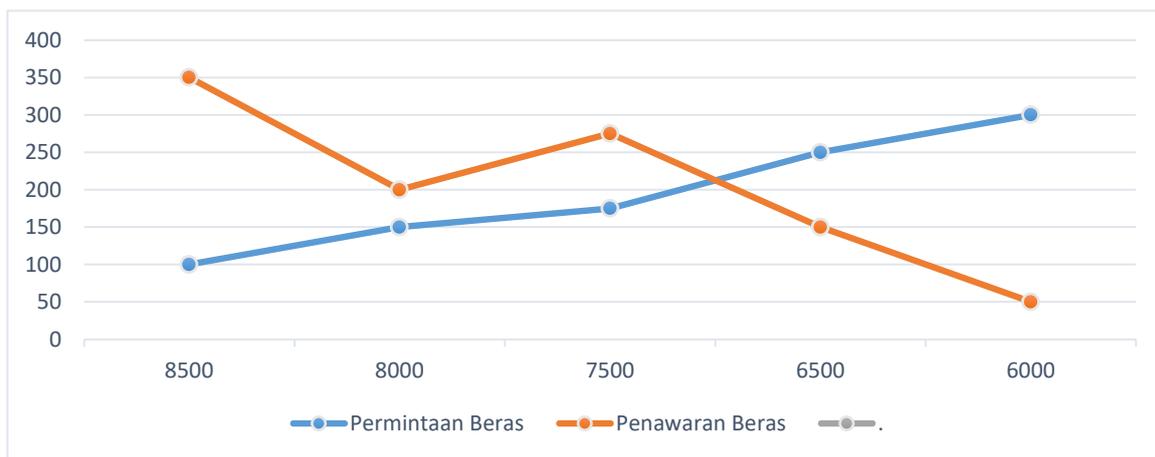
Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan dimasa datang mempengaruhi permintaan. Ramalan konsumen bahwa harga akan menjadi tinggi pada masa datang akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini untuk menghemat pengeluaran di masa yang akan datang. Ini biasa terjadi pada musim *paceklik* di desa, dimana di musim ini dikenal oleh masyarakat desa sebagai kondisi mahal pangan. Karena dari petani stok padi masih kurang karena belum panen, sehingga harga beras akan melonjak naik. Dari prediksi kondisi ini, para masyarakat mengantisipasi dengan menyetok hasil pangan. Mereka biasa menyetok padi/gabah sebelum musim *paceklik* tiba.

Perbedaan permintaan barang pokok dan non pokok terletak pada kondisi permintaan pada barang pokok yang banyak atau tinggi, karena untuk kebutuhan sehari-hari yaitu makanan. Kondisi permintaan pada barang non pokok adalah mengikuti kebutuhan yang tidak selalu setiap hari digunakan. Kebutuhan ini dalam permintaan untuk kebutuhan pada waktu lama relatif kurang penting sehingga dapat ditunda. Dari segi kegunaannya barang pokok dan non pokok adalah berbeda, masyarakat cenderung memenuhi kebutuhan barang pokok terlebih dahulu daripada barang non pokok. Walaupun begitu bukan berarti barang non pokok tidak penting. Karena barang non pokok ini nantinya juga akan melengkapi barang pokok. Permintaan terhadap barang pokok selalu tinggi, untuk barang pokok ketika harganya naik atau tinggi, maka ini tidak begitu berpengaruh bagi masyarakat karena pada dasar ini adalah barang pokok, yang sebarangpun harga para masyarakat pasti tetap akan membelinya karena memang merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting dalam sehari-hari. Konsumen tidak dapat terlalu membatasi pembeliannya karena itu merupakan barang pokok yang harus dibeli dan konsumen juga tidak dapat menunda pembelian atas barang pokok tersebut. Misalnya harga beras naik, ketika harga beras naik maka permintaan terhadap beras pun juga akan tetap walaupun menurun tidak akan drastis karena beras adalah barang pokok untuk makan. Walaupun harganya naik pasti masyarakat akan tetap membelinya, apalagi bagi para masyarakat yang tidak dapat menghasilkan beras sendiri atau non petani.

Dilihat dari segi penawaran beras, tujuan penjual melakukan penawaran adalah agar barang yang dijualnya laku dan mendapat keuntungan dan agar dapat memenuhi permintaan para masyarakat sekitar. Dari hasil wawancara tujuan utama dalam melakukan penawaran adalah untuk mencari keuntungan, karena pemilik toko mata pencahariannya adalah berdagang. Sehingga dengan berdaganglah beliau bisa mendapatkan pendapatan. Dari hasil jualnya tersebut penjual mengambil keuntungan. Dari keuntungan inilah yang dijadikan motif utama dalam melakukan penawaran. Ketika penjual mendapatkan banyak keuntungan dengan melakukan beberapa macam penawaran barang maka ini akan memotivasi penjual untuk terus melakukan penawaran terhadap barang-barang tersebut. Sebaliknya sekiranya barang yang ditawarkan kurang memberi keuntungan maka penjual akan enggan untuk menawarkannya dan mengganti pada barang yang dapat memberikan keuntungan pada dirinya. Tujuan mencari keuntungan ini adalah digunakan oleh para penjual untuk menambah barang yang ditawarkan tanpa ada keuntungan penjual tidak akan mau menambah barang yang ditawarkan karena merasa barang kurang menghasilkan keuntungan bahkan dapat menimbulkan kerugian.

Selain itu tujuan melakukan penawaran adalah memenuhi permintaan kebutuhan masyarakat sekitar. Setiap masyarakat pasti akan memerlukan macam-macam kebutuhan, untuk itu maka mereka pasti membutuhkan toko untuk membeli kebutuhannya. Dengan adanya penawaran yang dilakukan ini, juga dapat mempermudah bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya karena tidak perlu menuju tempat lain yang jauh misalnya kota, untuk mendapatkan

kebutuhannya. Adanya penawaran ini menjadikan transaksi dapat berjalan karena masyarakat dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Tanpa adanya penawaran transaksi ekonomi tentu tidak dapat terjadi karena hanya ada permintaan (pembeli) tanpa adanya penawaran (penjual). Sejalan dengan pendapat Sugiarto, (Sugiarto, 2009: 9) Fungsi penawaran terjadi dari perilaku produsen yang menginginkan keuntungan maksimum dengan kendala biaya produksi tertentu. Permintaan terhadap komoditas (barang dan jasa) yang tidak disertai dengan penawaran barang dan jasa tidak dapat mewujudkan transaksi di pasar. Permintaan baru dapat dipenuhi bila penjual menyediakan barang-barang maupun jasa yang diperlukan tersebut. Dengan kata lain penjual menawarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh pihak yang membutuhkan.



Gambar 1. Kurva Permintaan Beras dan Penawaran Beras

Sesuai hasil penelitian di lapangan, faktor yang mempengaruhi permintaan menjadi naik yaitu pada saat harga murah, dan jumlah masyarakat yang ada disekitar banyak karena toko berada dalam desa yang masyarakatnya banyak jadi permintaannya banyak, selain itu karena ada acara besar seperti pernikahan, syukuran, sehingga banyak permintaan untuk acara tersebut. Penjual juga menyediakan barang lain ketika barang tidak ada. Sehingga masih adapt mempertahankan jumlah penawaran ketika herga naik, yaitu menyediakan barang pengganti, dapat pula jeis beras lain. Banyak permintaan juga dipengaruhi oleh banyaknya penduduk disekitar. Ketika berada dalam desa yang padat penduduk tentu akan mempengaruhi tingkat permintaan yaitu semakin tinggi. Karena ketika ada banyak penduduk, maka barang yang dibutuhkan akan meningkat dan juga beragam. Misal permintaan beras, dapat dilihat bahwa ketika pada suatu daerah yang padat penduduk tentu permintaan beras sangat tinggi. Beda lagi dengan daerah atau desa yang berada di pedalaman atau penduduk yang masih jarang, tentu permintaan terhadap beras akan lebih sedikit daripada desa yang padat penduduknya.

Untuk kondisi penawaran beras, barang yang ditawarkan selalu banyak entah harga mahal atau murah sekalipun, karena tahu bahwa walaupun harganya naik para pembeli akan tetap membeli

karena itu adalah kebutuhan pokok dan masyarakat akan selalu membeli. Sedangkan kondisi penawaran barang non pokok, penawaran dilakukan untuk kebutuhan non pokok ini tidak dibeli setiap harinya. Sehingga stok penawaran sedikit lebih lama daripada barang pokok. Dari segi kegunaanya pun barang pokok juga lebih penting dari pada barang non pokok. Penawaran terhadap barang pokok selalu tinggi karena dalam hal ini harga tidak menjadi pengaruh dalam permintaan konsumen sehingga penawarannya pun juga akan tetap tinggi walaupun harga murah atau mahal. Menurut Raysitho Pontoh, (Pontoh et al., 2016: 843) pangan pokok adalah pangan yang muncul dalam menu sehari-hari, mengambil porsi terbesar dalam hidangan dan merupakan sumber energi terbesar. Sedangkan pangan pokok utama ialah pangan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk serta dalam situasi normal tidak dapat diganti oleh jenis komoditas lain.

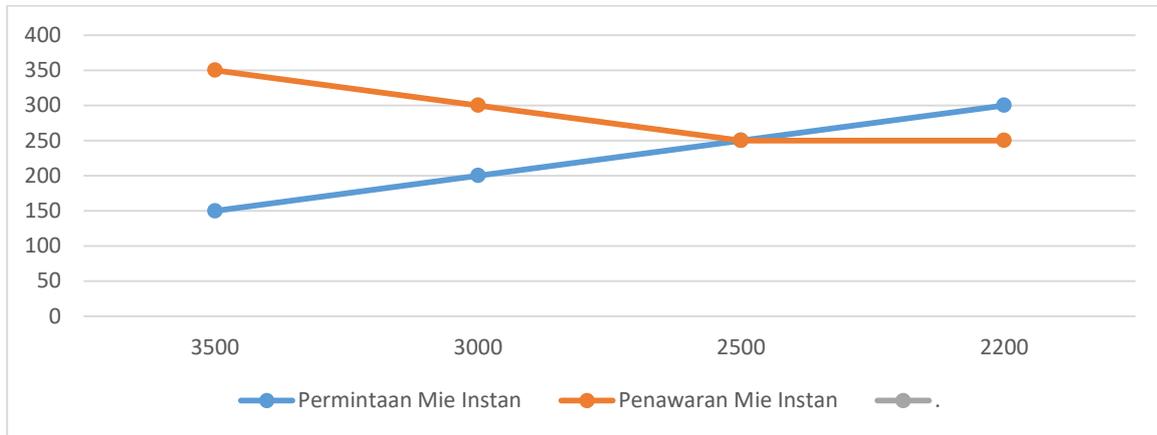
**Tabel 2. Permintaan dan Penawaran (Barang Non Pokok): Mie Instan**

Harga Barang (Rp)	Waktu Penjualan	Jumlah permintaan Per Hari (Biji)	Jumlah Penawaran Per Hari (Biji)	Stok
3.500	1	150	350	1 bulan
3.000	2	200	300	1 bulan
2.500	3	250	250	1 bulan
2.200	4	300	150	1 bulan

Karena barang yang disediakan beragam sehingga ketika tidak ada merek atau jenis yang satu maka bisa diganti dengan jenis atau merek lain. Karena untuk produk mie instan ini banyak sekali varian mereknya. Merek ini disebabkan dengan permintaan konsumen yang semakin bervariasi dari segi rasa atau kualitasnya. Menurut penelitian Imroatul Khasanah dalam Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang (Khasanah, 2013: 101) variabel Asosiasi merek memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen diantara variabel bebas lainnya yang diteliti. Kesadaran merek merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk mie instan “Sedaap”. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen mie instan Sedaap yang menyatakan bahwa mereka memilih untuk membeli mie instan “Sedaap” karena merupakan merek yang sudah terkenal.

Dalam permintaan barang non pokok harga barang sangat mempengaruhi. Ketika harga suatu barang non pokok naik maka pembeli akan membatasi jumlah pembeliannya, mereka juga akan beralih pada produk lain yang memberikan kualitas dan kegunaan yang sama atau hampir sama. Bahkan apabila barang non pokok tersebut belum terlalu mendesak konsumen akan menanggguhkan pembeliannya atau akan menunda pembeliannya apabila harga terlalu tinggi. Sebaliknya ketika harga barang non pokok murah, konsumen akan banyak membeli barang

tersebut sampai menyetok beberapa barang. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi jika suatu saat harga melonjak naik. Dan mengurangi pengeluaran saat barang nanti melonjak naik. Berbeda dengan permintaan barang pokok, permintaan barang ini lebih relatif menyesuaikan harga.



Gambar 2. Kurva Permintaan Mie Instan dan Penawaran Mie Instan

Sedangkan kondisi penawaran barang non pokok, penawaran dilakukan untuk kebutuhan non pokok ini tidak dibeli setiap harinya. Sehingga stok penawaran sedikit lebih lama daripada barang pokok. Dari segi kegunaanya pun barang pokok juga lebih penting dari pada barang non pokok. Faktor yang menjadikan naiknya penawaran adalah karena tujuan melakukan penawaran yaitu ingin mendapat keuntungan, semakin tinggi keinginan penjual untuk mendapatkan keuntungan maka harga. kan semakin naik. Dan harga ini sangat berpengaruh pada proses permintaan dan penawaran. ketika suatu barang ketika dijual tidak dapat menghasilkan keuntungan tinggi maka akan mengurangi barang yang ditawarkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh An'im Fattach, dalam Teori Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam (Fattach, 2017: 456) Harga yang tinggi menyebabkan produsen berpendapat barang tersebut sangat diminta oleh konsumen tetapi penawarannya kurang di pasaran. Produsen akan menambahkan penawaran untuk memenuhi permintaan.

Sama dengan permintaan beras, pada permintaan mie instan faktor jumlah pendapatan juga mempengaruhi jumlah permintaan terhadap mie instan. Sehingga pendapatan yang tinggi akan menyebabkan permintaan naik dan dapat menimbulkan sifat konsumtif tinggi ketika pendapatan naik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moechamad Nasir dalam Analisis Permintaan Mie Instan Indomie Komoditas Terkait Di Kota Kecamatan Kabupaten Sukoharjo (Nasir, 2004: 111) Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Hanya saja terdapat perbedaan mengenai penelitiannya, karena penelitian Moechamad Nasir dilakukan secara luas pada 3 kecamatan yang kebanyakan dari kota

kecamatan. Sedangkan penelitian saat ini, dilakukan pada permintaan dan penawaran mie instan pada desa, yang penduduknya relative tidak sebanyak seperti di kota.

Untuk barang pokok kenaikan harga ini tidak mempengaruhi jumlah permintaan jumlah permintaan akan tetap naik. Sedangkan kondisi penawaran barang non pokok, penawaran dilakukan untuk kebutuhan non pokok ini tidak dibeli setiap harinya. Sehingga stok penawaran sedikit lebih lama daripada barang pokok. Dari segi kegunaanya pun barang pokok juga lebih penting dari pada barang non pokok. Manfaat dari banyak keuntungan yang didapat adalah pemilik toko dapat menambah penawaran terhadap barang tersebut, dan akan mampu menyediakan banyak barang lagi. Apabila penawarannya tidak menghasilkan keuntungan maka pemilik toko akan rugi karena barang yang ditawarkan tidak laku dan tidak menghasilkan keuntungan untuk mengatasinya maka pemilik toko akan mengganti barangnya dengan barang yang lebih diminati atau yang lebih dibutuhkan oleh masyarakat. Tetapi pengambilan keuntungan yang terlalu tinggi akan menjadikan harga barang naik dan menjadikan permintaan mie instan, akan menurun. Jadi pengambilan keuntungan adalah dengan memperhatikan keadaan target pasar, memperhatikan harga pasar pada umumnya dan memperhatikan harga dari para pesaing. Sehingga penjual dapat mengambil keuntungan yang pantas dan pembeli juga dapat melakukan permintaan tanpa ada penurunan drastis. Harga yang tinggi memberi keuntungan yang lebih kepada produsen, jadi produsen akan menawarkan lebih banyak barang. Harga yang tinggi menyebabkan produsen akan menambahkan penawaran untuk memenuhi permintaan.

Menurut Reza Haditya Raharjo dalam penelitiannya (Raharjo, 2015: 14-17) Penjual toko kelontong dapat mempengaruhi harga untuk memperoleh keuntungannya sendiri-sendiri namun tidak dapat sepenuhnya mengubah harga tersebut mengingat persaingan yang banyak antar penjual toko kelontong di sekitarnya. Dalam hal ini setiap pedagang memiliki sedikit kemampuan untuk mempengaruhi harga karena banyaknya penjual terlebih para pedagang kelontong yang juga harus bersaing dengan minimarket modern sehingga pedagang kelontong tidak dapat banyak untuk mempengaruhi harga agar keuntungan tetap terjaga.

Penawaran barang non pokok itu relatif sesuai dengan harganya. Ketika harga salah satu barang mahal maka masyarakat akan memilih alternatif lain dengan membeli barang pengganti. Dan mereka bisa saja menunda pembelian atas barang tersebut. Sehingga karena permintaan barang sedikit maka penjual akan mengurangi stok penawaran atas barang non pokok karena membutuhkan waktu lama untuk menghabiskan stok. Jika kondisi ini terus terjadi maka penjual akan enggan menambah stok karena merasa beliau sulit mendapat keuntungan dari penawaran.

## **SIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pada permintaan beras (barang pokok), para konsumen non-petani cenderung mengabaikan faktor harga. Artinya ketika harga tinggi para konsumen tetap melakukan permintaan, dapat juga ada pengurangan tetapi tidak

signifikan. Karena pada dasarnya beras adalah kebutuhan pokok dan utama bagi keluarga. Pada permintaan beras (barang pokok), untuk para petani melakukan banyak permintaan saat belum musim panen dan pada saat musim *paceklik* karena masa panen masih lama, namun ketika musim panen tiba mereka mengurangi bahkan tidak melakukan permintaan beras. Penawaran beras ketika panen tiba karena banyak konsumen yang memilih membeli gabah, dan para petani sedang panen sehingga beras menurun kan penawaran pun berkurang. Karena saat panen harga beras juga menurun sehingga penawaran juga menurun.

Sedangkan untuk barang non pokok, permintaan pada mie instan (barang non pokok), konsumen menanggukkan permintaan atas barang tersebut atau memilih merek lain yang kegunaannya hampir sama. Tetapi berbeda pada pembeli atau konsumen yang bersifat loyal mereka seakan abai dalam hal harga. Yang terpenting baginya adalah pemenuhan kebutuhan walaupun loyal. Penawaran mie instan (barang non pokok) penjual menyediakan beberapa jenis dan merek sehingga konsumen dapat menentukan sendiri merek yang dipilih.

Dari hasil penelitian dan pembahasan berikut adalah saran yang diperlukan: Bagi pedagang, saat ini marak sekali terjadi pedagang yang curang dalam ekonomi. Banyak ditemukan pedagang yang menimbun barang dengan tujuan agar harga naik dan dapat meraum keuntungan maksimal. Padahal hal seperti ini justru menjadikan sistem ekonomi menjadi tidak sehat. Apalagi yang terjadi penimbunan bahan makanan yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Pedagang haruslah selalu menjadi penggerak ekonomi yang sehat. Bagi Konsumen, sifat konsumtif yang berlebihan jika terus menerus dilakukan akan menjadi kebiasaan dan berdampak buruk bagi kehidupan berekonomi. Maka dari itu memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan yang dibutuhkan tidak perlu terlalu banyak membeli barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Lebih baik untuk digunakan pada hal-hal yang bermanfaat dan untuk memenuhi kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan. Dan bagi Pemerintah, pemerintah sangat berperan penting dalam ekonomi, sudah menjadi kewajiban pemerintah untuk kesejahteraan para masyarakatnya. Maka dari itu pemerintah harus menjamin kesejahteraan masyarakat dengan menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Terutama kebutuhan pokok yang sangat penting.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahman, Eeng, & Rohmana, Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Rizqi Press.
- Alimuddin. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 12(1), 3–5.
- Fattach, A. (2017). Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(3), 451–460. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30736%2Fjpm.v2i3.56>
- Gafar, S. (2008). Manajemen Kebutuhan Pokok. *Jurnal Pangan*, 51(2), 34.
- Khasanah, I. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 93–102.

<https://doi.org/10.15294/jdm.v4i1.2427>

- Nasir, M. (2004). Analisis permintaan mie instan indomie komoditas terkait di kota kecamatan kabupaten sukoharjo. *Jurnal Benefit*, 8(1), 90–108.
- Nuraini, I. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. UMMPress.
- Pontoh, R., Palar, S. W., Maramis, M. T. B., Ekonomi, F., Ilmu, J., Pembangunan, E., & Ratulangi, U. S. (2016). Permintaan Dan Penawaran Beras Di Indonesia (Pada Tahun 2003 - Tahun 2013). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 833–844.
- Raharjo, R. H. (2015). *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*.
- Septiadi, D., & Joka, U. (2019). Analisis Respon dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras Indonesia. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 4(3), 42–44.  
<https://doi.org/10.32938/ag.v4i3.843>
- Sugiarto, dkk. (2009). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Mikroekonomi*. PT RajaGrafindo.
- Syafii, Ahmad, dkk. (2020). *Ekonomi Mikro*. Yayasan Kita Menulis.
- Tarigan, W., Lubis, Z., & Zein, Z. (2011). Analisis Permintaan Dan Penawaran Beras. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, 4(1), 18–30.
- Yopi Nisa Febianti. (2015). Penawaran dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Edunomic*, 3(1), 159–167.