

BAB II

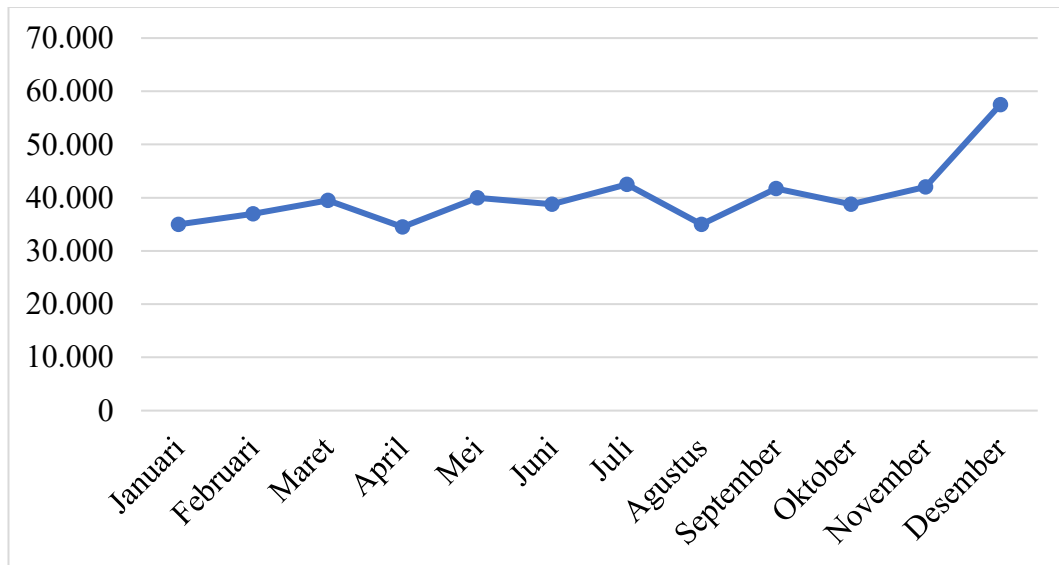
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Cabai Merah Besar

Cabai merah besar (*Capsicum annuum L.*) merupakan komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomis tinggi untuk dijadikan sebagai sayuran atau bumbu masak. Cabai merah besar tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari, cabai besar juga banyak digunakan sebagai bahan baku industri pangan dan farmasi yang menyebabkan komoditas ini memiliki potensi pemasaran, baik tujuan domestik maupun ekspor (Afriani *et al.*, 2019). Tanaman cabai merah besar dapat tumbuh dengan baik dari dataran rendah sampai dataran tinggi dengan kemasaman tanah 5,5 – 6,5 dan hampir semua jenis tanah cocok ditanami cabai merah besar, baik pada lahan laut sawah, tegalan, pinggir laut sampai pegunungan. Tanaman cabai dapat tumbuh pada berbagai jenis tanah, asal drainase serta aerasi tanah cukup baik dengan tingkat kemasaman (pH) tanah adalah 6-7 dengan temperatur tanah 24-30° C (Fikrizal, 2018).

Cabai merah besar dapat tumbuh di dataran rendah, dataran sedang, maupun dataran tinggi dengan kelembapan berkisar antar 60-80 dan suhu ideal 35-30° C. Tanaman cabai merah besar dapat tumbuh optimal di berbagai ketinggian tempat mulai dari dataran rendah sampai dataran tinggi yang tergantung varietas cabai merah yang dipakai (Saragi dan Lase, 2023). Cabai merah besar menjadi komoditas dengan tingkat permintaan dan fluktuasi harga yang relatif tinggi (*volatile food*). Permintaan yang tinggi pada cabai merah besar karena penggunaan bervariasi

menjadikan produksi harus ditingkatkan dan harga harus distabilkan untuk memenuhi permintaan cabai merah besar (Astuti *et al.*, 2021). Menurut informasi dari Sistem Informasi Harga dan Komoditi, terjadi fluktuasi harga pada cabai merah besar di Kabupaten Purworejo pada tahun 2023 yaitu sebagai berikut:



Ilustrasi 2. Harga Cabai Merah Besar Tahun 2023 di Kabupaten Purworejo

Klasifikasi cabai merah besar berdasarkan tingkatan taksonomi dapat dijelaskan sebagai berikut (Djohar, 2015).

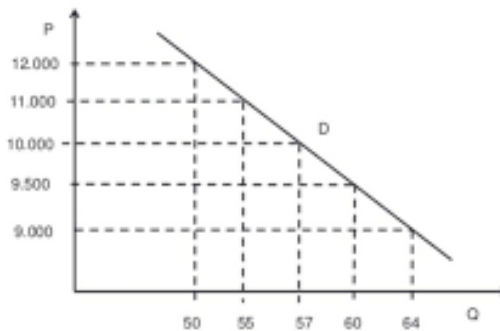
Kingdom : *Plantae*
 Divisi : *Spermatophyta*
 Sub Divisi : *Angiospermae*
 Kelas : *Dicotyledoneae*
 Ordo : *Tubiflorae*
 Famili : *Solanaceae*
 Genus : *Capsicum*

Spesies : *Capsicum Anuum L.*

2.2 Teori Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang diminta atau dibutuhkan. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu dan pasar tertentu (Astuti *et al*, 2021). Teori Permintaan adalah teori ekonomi yang menyatakan bahwa permintaan dipengaruhi oleh harga. Teori permintaan berasumsi bahwa ketika harga di pasar mengalami kenaikan maka permintaan barang mengalami penurunan dan jika permintaan turun, maka harga barang mengalami kenaikan (Goenadhi dan Nobaiti, 2017).

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Hukum permintaan berlaku asumsi *ceteris paribus* yaitu hukum permintaan berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (Paulus dan Ellen, 2016). Kurva permintaan (*demand curve*) adalah sebuah grafik yang menggambarkan keterkaitan antara jumlah barang atau jasa yang diminta dan dapat dibeli oleh konsumen dengan harga. Kurva permintaan selalu berlereng negatif yang memiliki arti bahwa jumlah barang atau jasa yang diminta memiliki hubungan berbanding terbalik dengan harga yang dengan catatan faktor-faktor lain dianggap konstan atau tetap (Safri, 2018).



Ilustrasi 3. Kurva Teori Permintaan

2.3 Faktor yang Mempengaruhi

Faktor yang mempengaruhi adalah elemen atau variabel yang dapat mempengaruhi suatu kondisi, kejadian, atau hasil tertentu dalam berbagai konteks. Permintaan adalah kebutuhan masyarakat individu terhadap suatu jenis barang tergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera masyarakat, jumlah penduduk, musim, dan prediksi masa mendatang (Kholifah *et al.*, 2023). Permintaan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar yaitu faktor sosial dan faktor ekonomi. Naik atau turunnya suatu permintaan barang dalam teori permintaan dapat terjadi disebabkan oleh faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya (Rahmadona, 2023). Harga cabai merah besar, harga barang pengganti (substitusi), harga barang yang saling melengkapi (komplementer), dan pendapatan merupakan faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi permintaan. Faktor sosial yang dapat mempengaruhi permintaan cabai merah besar yaitu jumlah anggota keluarga, selera konsumen (Astuti *et al.*, 2021).

2.3.1 Harga Barang itu Sendiri

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan dan faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba (Hakim dan Saragih, 2019). Hukum permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap suatu barang (Paulus dan Ellen, 2016). Keterkaitan antara harga barang itu sendiri dengan jumlah permintaan memiliki pola hubungan yang bersifat negatif dengan syarat faktor-faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap konstan (tetap). Jika harga barang mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut mengalami penurunan sebaliknya jika harga barang mengalami penurunan maka permintaan barang tersebut akan naik (Paulus dan Ellen, 2016).

2.3.2 Harga Barang Lain

Harga barang lain merupakan harga barang yang dapat digunakan menjadi pengganti dari produk pokok yang dijadikan sebagai kebutuhan konsumen ataupun harga produk lain yang bukan sebagai barang pengganti dari produk pokok. Harga barang lain merupakan variabel pembanding dengan harga barang itu sendiri, yang menggambarkan hubungan antara barang yang dibeli oleh konsumen sehingga dapat menjadi faktor penentu pilihan konsumen terhadap suatu barang berdasarkan

harganya (Syahfitri *et al.*, 2023). Harga barang lain dapat mempengaruhi permintaan akan suatu barang. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan akan suatu barang yaitu modal, penawaran, harga barang itu sendiri, dan harga barang lain (Rasidin *et al.*, 2022).

Barang lain dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu harga barang substitusi (pengganti) dan barang komplementer (pelengkap). Barang pengganti adalah komoditas yang dapat menggantikan fungsi komoditas lain sehingga harga komoditas pengganti dapat mempengaruhi permintaan komoditas yang dapat digantikannya (Panggamenan dan Lorraine, 2018). Barang penggenap atau komplementer adalah suatu komoditas yang selalu digunakan bersama-sama dengan komoditas utama. Barang komplementer atau barang pelengkap dapat dinyatakan bahwa apabila harga komplemen naik, maka penawaran suatu komoditas berkurang, atau sebaliknya (Paulus dan Ellen, 2016).

2.3.3 Pendapatan

Pendapatan (*income*) adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Irmayani, 2023). pendapatan pada rumah tangga atau pembeli merupakan faktor yang sangat penting terhadap permintaan berbagai barang. Pendapatan masyarakat rendah hal ini berarti hanya sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga akan lebih sedikit membelanjakan uangnya untuk sebuah barang (Putri *et al.*, 2023).

Perubahan pendapatan konsumen akan memberikan dampak pada berubahnya permintaan pada suatu barang. Pendapatan memiliki hubungan dengan permintaan suatu barang yaitu hubungan positif (searah) yang berarti bahwa tingkat pendapatan yang lebih tinggi akan memberikan tingkat permintaan yang lebih besar dan sebaliknya jika tingkat pendapatan konsumen rendah maka tingkat permintaan akan lebih kecil (Rasidi *et al.*, 2022).

2.3.4 Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi permintaan dan konsumsi terhadap barang yang dibelinya. Semakin besar ukuran keluarga maka akan semakin banyak pula jumlah barang yang harus tersedia untuk dikonsumsi, lebih cepat menghabiskan produk yang dibelinya dan diharuskan mempunyai persediaan yang lebih banyak (Anggraini *et al.*, 2022). Anggota keluarga akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian barang. Besarnya tanggungan keluarga dalam hal ini berpengaruh pada kebutuhan pokok keluarga akan bahan pangan dan sayur-sayuran yang selanjutnya akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pangan dan sayur (Anggraini, 2022). Jumlah anggota keluarga dapat mempengaruhi permintaan, akan tetapi tidak selalu berarti bahwa setiap barang akan mengalami peningkatan secara linier. Jumlah anggota keluarga akan lebih berpengaruh besar pada barang primer seperti beras dan daging (Purba *et al.*, 2020).

2.3.5 Selera

Selera konsumen merupakan pilihan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi suatu barang. Selera konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang yang dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan (Sinulingga *et al.*, 2023). Selera dapat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang yang diminta. Selera konsumen yang berubah-ubah akan berdampak pada permintaan akan suatu barang juga akan berubah walaupun harga barang tidak berubah (Dewi dan Wardhana, 2022). Harga pada suatu barang atau jasa tidak dapat selalu mempengaruhi selera konsumen akan suatu barang. Konsumen akan tetap membeli suatu barang meskipun harga barang tersebut mengalami kenaikan, sebaliknya konsumen juga tidak akan membeli barang tertentu berapapun harga barang diturunkan jika tidak sesuai dengan selera konsumen (Hukom dan Ompusunggu, 2023).

2.4 Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel-variabel yang mempengaruhinya atau diartikan sebagai persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari 1% perubahan nilai salah satu variabel yang berpengaruh pada permintaan suatu barang. Elastisitas permintaan adalah suatu alat atau konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan atau respons perubahan jumlah yang dibeli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhinya (Paulus dan Ellen, 2016).

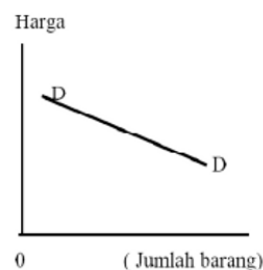
Elastisitas permintaan merupakan ukuran besarnya respons jumlah yang diminta dari suatu komoditi tertentu terhadap perubahan harga elastisitas itu diartikan sebagai persentase perubahan jumlah yang diminta dan dibagi oleh persentase perubahan harga yang menyebabkannya. Elastisitas permintaan adalah bilangan yang menunjukkan persentase perubahan yang terjadi pada jumlah diminta akibat perubahan variabel lain yang mempengaruhi permintaan (Desfaryani *et al.*, 2016).

Elastisitas permintaan dapat memberikan keuntungan untuk pelaku pasar, pengambil kebijakan, dan produsen untuk mengetahui bagaimana konsumen menanggapi perubahan kondisi pasar. Pemahaman mendalam mengenai teori elastisitas permintaan penting dipelajari karena memberikan wawasan mengenai pengaruh berubahnya harga yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dan produsen, serta keseimbangan pasar (Heriswanto dan Membaka, 2022). Elastisitas permintaan pada umumnya terbagi menjadi tiga jenis utama yaitu elastisitas harga, elastisitas silang dan elastisitas pendapatan. Pada dasarnya terdapat 3 variabel yang mempengaruhi elastisitas permintaan yaitu elastisitas harga permintaan, elastisitas silang, dan elastisitas pendapatan (Astuti *et al.*, 2021).

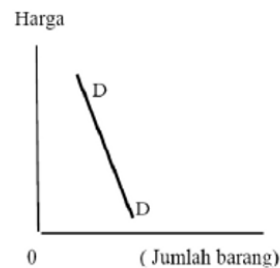
2.4.1. Elastisitas Harga

Elastisitas harga (barang sendiri) atau lengkapnya elastisitas harga dari permintaan atau permintaan terhadap harga. Elastisitas harga yaitu suatu konsep yang dimaksud untuk mengukur derajat perubahan kualitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan harga barang tersebut (Taribila *et al.*, 2021). Ukuran elastisitas yang paling banyak digunakan adalah elastisitas harga permintaan.

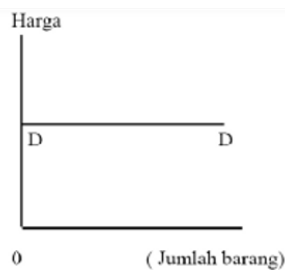
Elastisitas harga digunakan untuk mengukur daya tanggap kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga produk dengan tetap mempertahankan nilai semua variabel lainnya berada dalam fungsi permintaan konstan (Astuti *et al.*, 2021). Nilai elastisitas permintaan terhadap harga merupakan hasil bagi antara persentase perubahan harga. Nilai yang diperoleh tersebut merupakan suatu besaran yang menggambarkan seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta dibandingkan dengan perubahan harga (Syifa *et al.*, 2021).



Ilustrasi 4. Kurva Elastis



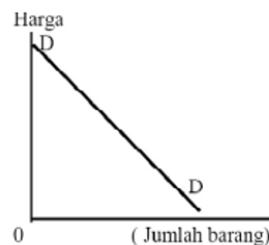
Ilustrasi 5. Kurva Inelastis



Ilustrasi 6. Kurva Elastis Sempurna



Ilustrasi 7. Kurva Inelastis Sempurna



Ilustrasi 8. Kurva Unitary Elastis

Permintaan bersifat elastis menandakan bahwa berubahnya harga memiliki pengaruh besar terhadap jumlah permintaan suatu barang. Permintaan dikatakan

elastis apabila perubahan harga berpengaruh besar pada perubahan jumlah permintaan (Goenadhi dan Nobaiti, 2017). Permintaan bersifat elastis dapat diartikan bahwa perubahan harga tidak terlalu berpengaruh pada perubahan jumlah permintaan. Permintaan bersifat *unitary* elastis dapat diartikan bahwa permintaan suatu barang berubah dengan persentase yang sama dengan perubahan harga. Perubahan harga sebesar 1% akan mempengaruhi perubahan jumlah permintaan sebesar 1% (Mursyid dan Lamtana, 2020). Permintaan bersifat elastis sempurna dapat diartikan apabila harga tidak mengalami perubahan tetapi terjadi perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang sangat besar atau tak terbatas. Permintaan bersifat inelastis sempurna dapat diartikan apabila berapapun harga berubah tetapi jumlah permintaan relatif tetap. Inelastis sempurna atau mutlak terjadi jika jumlah yang diminta tidak berubah dengan adanya perubahan harga (Zakaria, 2012).

2.4.2. Elastisitas Silang

Elastisitas silang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang lain yang mempunyai hubungan dengan barang tersebut. Elastisitas Silang Koefisien ini menunjukkan tingkat perubahan permintaan suatu komoditas ketika harga suatu komoditas berubah, koefisien ini disebut elastisitas silang permintaan (Anjani *et al.*, 2023). Perubahan harga komoditas Y menyebabkan perubahan permintaan terhadap komoditas X, maka sifat hubungan keduanya digambarkan dengan elastisitas silang. Konsep elastisitas harga silang digunakan untuk menguji daya tanggap permintaan suatu produk terhadap perubahan harga produk lain (Suparyana *et al.*, 2017).

Elastisitas silang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua barang yang memiliki sifat substitusi atau komplementer. Barang substitusi merupakan barang yang dapat saling menggantikan karena adanya kecenderungan konsumen untuk menggantikan barang yang dibutuhkan dengan barang yang lebih murah, sedangkan barang komplementer merupakan barang yang sifatnya melengkapi barang utama (Adana *et al.*, 2023). Elastisitas silang dapat memberikan gambaran kepada produsen, pengecer, dan pengambil kebijakan mengenai dinamika permintaan di pasar dan harga barang tertentu dapat memengaruhi penjualan barang lain. Ukuran elastisitas silang dapat membantu para produsen untuk mengetahui mampu atau tidaknya suatu komoditi bersaing dengan komoditi sejenis (Yuliani, 2022).

2.4.3. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas permintaan pendapatan menjelaskan mengenai perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat perubahan pendapatan. Elastisitas Pendapatan koefisien ini menunjukkan sejauh mana sejumlah perubahan permintaan akibat perubahan pendapatan pembeli disebut elastisitas permintaan pendapatan atau elastisitas pendapatan (Rahayuningsih *et al.*, 2016). Elastisitas pendapatan adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibanding dengan persentase perubahan pendapatan riil konsumen. Pendapatan dan jumlah pembelian biasanya bergerak searah, yaitu pendapatan dan penjualan berhubungan langsung, bukan berbanding terbalik (Astuti *et al.*, 2021). Dalam elastisitas pendapatan, suatu barang diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu, barang normal, barang inferior, dan

barang mewah. Nilai elastisitas pendapatan dapat dipergunakan untuk mengelompokkan suatu barang apakah termasuk barang inferior, barang normal, atau barang mewah (Kurniawan dan Budhi, 2015).

Barang normal adalah barang yang permintaannya akan meningkat secara proporsional ketika pendapatan konsumen mengalami peningkatan. Barang normal merupakan barang kebutuhan konsumen yang selalu searah dengan perubahan besarnya pendapatan yang diterima yaitu apabila pendapatan meningkat maka jumlah pembelian akan meningkat (Anjani *et al*, 2017). Barang superior adalah barang yang permintaannya akan mengalami kenaikan tajam ketika pendapatan konsumen mengalami peningkatan. Barang superior adalah barang yang akan naik permintaannya pada saat pendapatan mengalami kenaikan (Perdana *et al.*, 2016). Barang inferior adalah jenis barang yang akan mengalami penurunan permintaan disaat pendapatan mengalami kenaikan. Barang inferior merupakan barang yang permintaannya menurun akibat peningkatan pendapatan (Putra *et al*, 2019).