

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Permintaan

Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Permintaan ini hanya didasarkan pada kebutuhan saja atau sering disebut dengan permintaan potensial. Banyaknya penduduk suatu negara menunjukkan pula besarnya permintaan masyarakat negara tersebut akan suatu barang tertentu. Suatu barang mempunyai harga di pasar. Oleh karena itu permintaan baru akan mempunyai arti pendukung oleh tenaga beli dari yang meminta barang tersebut. Permintaan yang didukung oleh kekuatan beli seseorang tergantung dari pendapatan yang dapat dibelanjakan dan harga barang (Sadono, 2003).

Teori permintaan konsumen mempostulatkan bahwa jumlah komoditi yang diminta merupakan suatu fungsi dari atau bergantung pada harga komoditi tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditi yang berhubungan (komplementer dan substitusi), dan selera konsumen (Salvatore, 2004). Dalam bentuk fungsi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Qd_x = f(P_x, I, P_y, T)$$

Dimana Qd_x : Kuantitas komoditi X yang diminta oleh individu per periode waktu (tahun, bulan, minggu, hari, atau satuan unit waktu yang lainnya)

P_x : Harga per unit dari komoditi X

I : Pendapatan konsumen

P_y : Harga dari komoditi yang berhubungan (substitusi atau komplementer)

T : Selera konsumen

Analisis regresi dapat digunakan untuk penafsiran permintaan karena analisis statistik ini dapat menemukan derajat ketergantungan satu variabel terhadap satu variabel lainnya atau lebih. Regresi dapat digunakan untuk mencari nilai koefisien fungsi permintaan sebab nilai koefisien tersebut menunjukkan pengaruh dari variabel yang menentukan (Salim, 2005).

2.2 Hukum Permintaan

Hukum permintaan menyatakan, ” Jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan barang tersebut turun. Dan jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta tersebut naik *centris paribus* (Sadono, 2003).

Hukum permintaan tersebut menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta akan suatu barang dengan harga barang tersebut. Pada analisis permintaan dibedakan dua istilah yaitu permintaan dan jumlah barang yang diminta. Dikatakan permintaan jika yang dimaksud adalah keseluruhan hubungan antara harga sedangkan jumlah barang yang diminta maksudnya banyak permintaan pada suatu tingkat harga tertentu (Sadono, 2003).

2.3 Elastisitas Permintaan

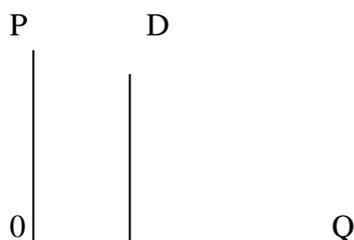
Dalam analisis ekonomi, secara teori maupun praktek sehari-hari, adalah sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana responsifnya permintaan terhadap perubahan harga. Oleh sebab itu perlu dikembangkan satu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampel dimana besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Ukuran ini dinamakan elastisitas permintaan.

2.3.1 Koefisien elastisitas permintaan harga

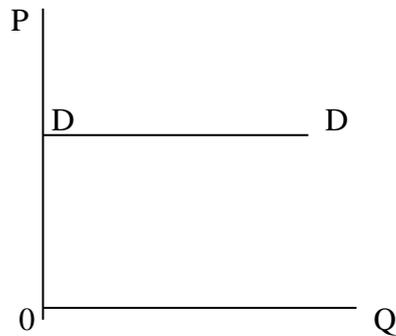
Koefisien elastisitas permintaan harga adalah suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga. Koefisien elastis permintaan dihitung dengan menggunakan rumus :

$$E_x = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$

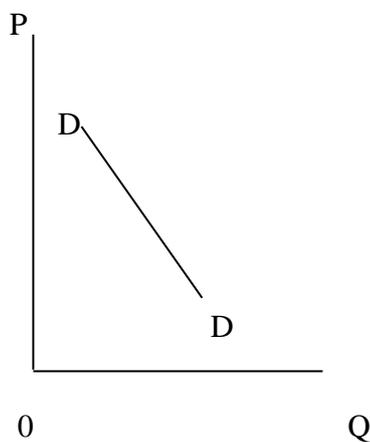
Nilai koefisien elastisitas berkisar di antara nol dan tak terhingga. Elastisitas adalah nol apabila perubahan harga tidak akan mengubah jumlah yang diminta, yaitu yang diminta tetap saja jumlahnya walaupun harga mengalami kenaikan atau menurun. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya bernilai nol bentuknya adalah sejajar dengan sumbu tegak. Seperti pada gambar dibawah ini:



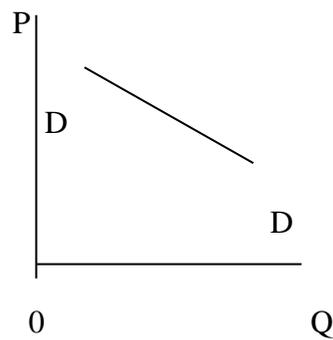
Kurva permintaan yang seperti itu adalah kurva permintaan yang dinamakan tidak elastis sempurna. Sedangkan koefisien elastis permintaannya tidak bernilai tidak terhingga apabila pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Berapa pun banyaknya barang yang ditawarkan oleh para penjual pada harga tersebut, semuanya akan dapat terjual. Kurva permintaan yang koefisien elastisnya adalah tidak terhingga berbentuk sejajar dengan sumbu datar dan sifat permintaan itu dikenal sebagai elastis sempurna, ditunjukkan pada gambar dibawah ini :



Suatu permintaan bersifat tidak elastis apabila koefisien permintaan tersebut adalah nol dan satu. Koefisien mempunyai nilai yang demikian apabila persentase perubahan harga adalah lebih besar daripada persentase perubahan jumlah yang diminta. Kurva permintaan tidak elastis ditunjukkan pada gambar dibawah ini :



Sedangkan kurva permintaan elastis menggambarkan bahwa apabila harga berubah maka permintaan akan mengalami perubahan dengan persentase yang melebihi persentase perubahan harga. Nilai elastisitas dari permintaan elastis adalah lebih besar dari satu. Kurva permintaan elastis ditunjukkan pada gambar dibawah ini :



2.3.2 Elastisitas permintaan silang

Elastisitas permintaan silang adalah koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan terhadap harga barang lain. Besarnya elastisitas silang dapat dihitung berdasarkan rumus :

$$E_{xy} = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang X yang diminta}}{\text{Persentase perubahan harga barang Y}}$$

Nilai elastisitas silang berkisar di antara tak terhingga yang negatif kepada tak terhingga yang positif. Barang-barang pelengkap elastisitas silangnya bernilai negatif, jumlah barang X yang diminta berubah ke arah yang bertentangan dengan perubahan harga barang Y. Nilai elastisitas silang untuk barang-barang pengganti

adalah positif, yaitu permintaan terhadap suatu barang berubah ke arah yang bersamaan dengan harga barang penggantinya.

2.3.3 Elastisitas permintaan pendapatan

Elastisitas permintaan pendapatan adalah koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang sebagai akibat daripada perubahan pendapatan pembeli. Besarnya elastisitas pendapatan dapat ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$E_y = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentase perubahan pendapatan}}$$

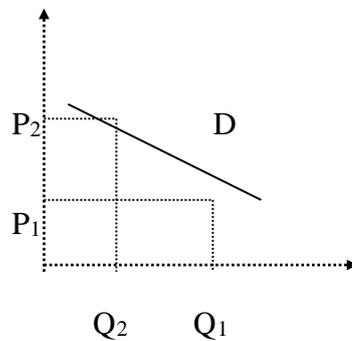
Elastisitas pendapatan dikatakan tidak elastis apabila koefisien elastisitasnya adalah kurang dari satu, yaitu apabila perubahan pendapatan menimbulkan perubahan yang kecil saja terhadap jumlah yang diminta. Elastisitas pendapatan menimbulkan perubahan yang kecil saja terhadap jumlah yang diminta. Elastisitas pendapatan dikatakan elastis apabila perubahan pendapatan menimbulkan pertambahan permintaan yang lebih besar daripada perubahan pendapatan (Sadono, 2003).

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Daniel (2004), permintaan akan suatu barang akan mengalami perubahan karena disebabkan oleh faktor-faktor antara lain:

1. Harga barang yang bersangkutan

Keadaan harga suatu barang mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Bila harga naik permintaan akan barang tersebut akan turun. Sebaliknya, bila harga turun permintaan akan barang tersebut naik. Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan yang dianggap tetap. Kurva permintaan digambarkan dengan asumsi bahwa setiap faktor, kecuali harga komoditi itu sendiri dipertahankan konstan.



Gambar 2. Pengaruh perubahan harga barang X terhadap jumlah barang X yang di minta

Harga digambarkan pada sumbu vertikal sedangkan jumlah barang yang diminta pada sumbu horizontal. Jika harga barang X naik dari P1 menjadi P2 maka jumlah barang yang diminta akan turun dari Q1 menjadi Q2. sedangkan jika harga barang X turun dari P2 menjadi P1 maka jumlah barang yang diminta akan meningkat dari Q2 menjadi Q1.

2. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Keadaan ini bisa terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan, apakah menggantikan (substitusi) atau melengkapi (komplementer). Bila tidak berhubungan maka tidak akan ada saling pengaruh.

a. Barang pengganti (substitusi)

Misalnya, kopi dan teh adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsinya. Seorang yang suka minum teh selalu dapat menerima minuman kopi apabila teh tidak ada.

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. Sebagai contoh kenaikan harga sepeda motor merek Voltus akan mengakibatkan terjadinya kenaikan permintaan terhadap motor merek Flash karena harganya menjadi lebih murah. Hal ini menggambarkan kecenderungan konsumen untuk mengurangi konsumsi barang karena harganya relatif lebih mahal dan menggantinya dengan konsumsi yang harga yang relatif lebih murah tetapi memberi manfaat yang sama.

b. Barang pelengkap (komplemen)

Suatu barang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Misalnya, gula adalah barang pelengkap pada kopi atau teh. Karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula.

Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Kalau permintaan terhadap kopi atau bertambah begitu juga sebaliknya

3. Pendapatan

Pendapatan seseorang merupakan faktor yang sangat penting didalam menentukan corak permintaan atas berbagai macam barang, berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku. Pendapatan merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan permintaan berbagai jenis barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan berbagai jenis barang. Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi.

Pada umumnya pengaruh pendapatan terhadap permintaan adalah positif dalam arti bahwa kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan. Hal ini terjadi apabila barang tersebut merupakan barang superior atau normal. Ini seperti efek selera dan efek banyaknya pembeli yang mempunyai efek positif. Pada kasus barang inferior, maka kenaikan pendapatan justru menurunkan permintaan (Sadono, 2003).

2.5 Susu Formula

Proses pengolahan susu selalu berkembang sejalan dengan berkembangnya ilmu dibidang teknologi pangan. Dengan demikian semakin lama akan semakin banyak jenis produk susu yang dikenal (Saleh, 2004). Proses pengolahan susu

bertujuan untuk memperoleh susu yang beraneka ragam, berkualitas tinggi, berkadar gizi tinggi, tahan simpan, mempermudah pemasaran dan transportasi, sekaligus meningkatkan nilai tukar dan daya guna bahan mentahnya. Salah satu olahan produk susu adalah susu bubuk.

Susu bubuk merupakan hasil dari pengolahan dan pengawetan susu dengan tujuan menurunkan kadar air susu dari 87% ke 3% dengan cara pengeringan semprot (Widodo, 2003). Suplemen akan ditambahkan pada susu bubuk untuk diperoleh susu sesuai kebutuhan konsumen. Pada umumnya konsumen dari susu bubuk adalah balita dimana membutuhkan asupan gizi yang berasal dari susu dan juga suplemen-suplemen tambahan, seperti DHA, omega3, omega6, laktoferin, kolin, biotin, fos, dan lan-lain.

Susu formula bayi dan balita biasanya berbentuk bubuk dengan formula tertentu. Susu formula tersebut merupakan pengganti ASI. Susu formula mempunyai peranan penting dalam makanan bayi karena sering kali bertindak sebagai satu-satunya sumber gizi bagi bayi. Karenanya komposisi susu formula yang diperdagangkan dikontrol dengan hati-hati oleh FDA (Food and Drug Association/ Badan Pengawas makanan dan obat Amerika) yang mensyaratkan agar produk ini harus memenuhi standar kualitas tertentu (Dirjen Agroindustri dan Kimia, 2009).

Bayi atau Balita yang mengkonsumsi susu formula tidak membutuhkan gizi tambahan kecuali jika susu yang dikonsumsi adalah susu rendah zat besi (Parentsguide, 2009). Susu merupakan makanan bayi dan anak yang dikonsumsi setiap hari dalam jumlah banyak dan jangka panjang. Bila susu tersebut tidak cocok, bisa menimbulkan gangguan tumbuh kembang yang terjadi terus menerus

dalam jangka panjang. Pemilihan susu terbaik bagi anak harus dilakukan secara cermat dan teliti. Prinsip pemilihan susu yang tepat dan baik untuk anak adalah susu sesuai dan bisa diterima sistem tubuh anak. Susu terbaik harus tidak menimbulkan gangguan saluran cerna seperti diare, muntah, atau kesulitan buang air besar. Penelitian Maesaroh (2003) menjelaskan bahwa pemilihan susu formula, mayoritas responden concern terhadap kualitas, sedangkan minoritas responden concern terhadap harga.

Susu Dancow balita merupakan salah satu dari sekian banyak susu formula yang ada. Berdasarkan hasil riset MARS Indonesia di 7 kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Denpasar) dan termuat dalam “*Indonesian Consumer Profile 2008*”, susu Dancow menguasai 48,1% *market share*. Angka ini kendati lebih rendah dari tahun sebelumnya yang mencapai 72,7%, namun ia tetap memimpin pasar susu bubuk di dalam negeri (Parentsguide, 2009).

2.6 Konsep Satu Harga (*The Law of one price*)

Konsep satu harga merupakan strategi pemasaran yang banyak dilakukan oleh perusahaan ritel. *The Law of one price* hanya berlaku untuk pasar persaingan sempurna. Pada pasar monopoli satu harga tidak akan berhasil karena adanya diskriminasi harga (Barzel, 2007).

Hukum satu harga menyatakan, barang yang sama bila dijual ditempat yang berbeda harus memiliki harga yang sama. Hukum satu harga juga menyatakan harga barang akan bergerak sehingga mencapai harga setara (Djohanputro B., 2010).