

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Mangga

Tanaman mangga (*Mangifera indica*) berasal dari India, Srilanka, dan Pakistan. Mangga yang berasal dari pulau Kalimantan negara Indonesia adalah kebemben/kweni (*Mangifera foetida*). Tanaman ini merupakan buah tropis yang biasa tumbuh baik di daerah beriklim kering (Balai Penelitian Tanah Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2008). Mangga merupakan salah satu buah tropis yang populer. Pembudidayaan buah mangga telah meluas ke berbagai belahan dunia. Jenis yang banyak ditanam di Indonesia adalah *Mangifera indica* L. dan *Mangifera foetida*. *Mangifera indica* L yaitu meliputi mangga arumanis, mangga golek, mangga gedong, mangga manalagi dan mangga cengkir (mangga indramayu). *Mangifera foetida* yaitu meliputi mangga kemang dan mangga kweni (Pracaya, 2005).

Pertumbuhan dan perkembangan tanaman akan dipengaruhi lingkungan tempat tumbuhnya. Produktivitas dan kualitas buah mangga tergantung langsung pada faktor lingkungan. Sebaran buah mangga berdasarkan ketinggian tempat dan iklim berada pada dataran rendah yang kering. Dataran rendah ini banyak tersebar luas di Indonesia mulai dari Sumatra Utara sampai ke Maluku. Setiap sentra

produksi memiliki iklim, kesuburan tanah, faktor alam yang berbeda, sehingga varietas mangga yang berkembang di suatu daerah akan berbeda dengan daerah lainnya. Varietas mangga yang diusahakan secara luas adalah varietas golek, kweni, cengkir, kidang, arumanis, gedong, manalagi dan madu (Sunarjono, 2006).

Mangga merupakan tanaman hutan yang tingginya dapat mencapai 40 meter dan umurnya dapat mencapai 100 tahun. Semua bagian tanaman mangga bergetah agak kental. Morfologi pohon mangga terdiri dari akar, batang, daun dan bunga (Pracaya, 2005). Buah mangga relatif besar, bentuknya bulat panjang, bijinya besar dan pipih diliputi oleh daging yang tebal dan lunak serta enak dimakan. Buah yang matang bewarna merah, kuning atau hijau kebiruan, dan beraroma harum. Rasanya masam hingga manis tergantung varietasnya. Daging buah lembek, berair, dan berserat halus hingga berserat kasar.

Wilayah sentra produksi buah mangga di Indonesia tersebar luas, hal itu memungkinkan terjadinya waktu panen yang berbeda-beda. Mangga merupakan tanaman musiman yang memiliki musim panen yang cukup panjang, yaitu dari bulan Februari hingga bulan Desember. Buah mangga dipanen setelah tua sekali. Ciri buah mangga yang telah tua yaitu: bagian pangkal buah telah membengkak rata, warnanya mulai merah menguning. Umur buah dipanen kira-kira 4-5 bulan sejak bunga mekar. Pemetikan harus hati-hati, tidak boleh jatuh dan getahnya tidak boleh mengenai buah mangga tersebut (Rukmana, 2007).

Mangga Indramayu merupakan jenis mangga yang berasal dari Indramayu Jawa Barat. Mangga Indramayu biasanya juga disebut mangga cengkir (palem cengkir), buah mangga indramayu berukuran besar dan memiliki serat buah yang

khas, selain itu, daging buah mangga indramayu tebal dengan rasa yang manis dan empuk (Pracaya, 2005).

Berdasarkan kegunaan barang, terdapat dua macam jenis barang yaitu barang yang bersifat substitusi /pengganti dan bersifat komplemen /pelengkap (Sugiarto dkk, 2005). Barang substitusi adalah barang yang kegunaannya dapat menggantikan barang lain, sedangkan barang komplementer adalah barang yang kegunaannya dapat melengkapi barang lain. Buah mangga indramayu biasanya dikonsumsi langsung, dibuat jus dan sebagai bahan es buah (sop buah). Buah mangga indramayu yang telah tua dapat dikonsumsi langsung setelah dibersihkan dari kulitnya. Rasa manis, daging buah yang tebal menjadikan buah mangga indramayu dapat dengan mudah dikonsumsi. Selain itu, serat buah mangga indramayu yang khas menjadikan buah mangga indramayu dapat dibuat jus buah dengan menambahkan sedikit gula putih dan susu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gula putih dan susu merupakan barang pelengkap dari buah mangga indramayu.

Jenis buah mangga lain yang memiliki cita rasa manis meliputi mangga arum manis, dan mangga manalagi. Buah mangga jenis tersebut dapat digunakan sebagai barang substitusi (barang pengganti) dari buah mangga indramayu. Selain itu buah mangga apel dan buah mangga kueni biasanya digunakan sebagai bahan petisan ataupun sambal. Namun mangga kueni maupun mangga apel terkadang di jus dengan dicampur lebih banyak gula putih dan susu karena rasa buah mangga tersebut yang sedikit masam. Sehingga barang substitusi dari mangga indramayu yaitu meliputi mangga arum manis, mangga manalagi.

2. Wilayah Kota

Kota adalah suatu permukiman yang relatif besar, padat dan permanen, terdiri dari kelompok individu-individu yang heterogen dari segi sosial. Wilayah kota digambarkan sebagai objek yang mempunyai elemen-elemen (aspek sosial) yang mempengaruhi kegiatan yang ada. Kota sebagai tempat terpusatnya kegiatan masyarakat terus berkembang dengan semakin kompleksnya kegiatan-kegiatan di kota. Kota tidak lagi mempunyai fungsi tunggal (*single use*) namun memiliki kecenderungan multi fungsi (*mixed use*). Kota sebagai multi fungsi yaitu fungsi kota yang berorientasi pada kepentingan pasar (wilayah) dan kepentingan publik (Rapoport, 1999).

Kota dapat diartikan sebagai suatu lokasi dengan konsentrasi penduduk atau permukiman, kegiatan sosial ekonomi yang heterogen dan intensif (bukan ekstraktif atau pertanian), pemusatan, koleksi dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan sosial ekonomi yang ditetapkan secara administratif. Jika kota adalah suatu wilayah yang ditetapkan secara administratif, perkotaan tidak terbatas pada penetapan administratif, namun berdasarkan ciri-ciri perkotaan yang dimiliki oleh suatu wilayah (Rapoport, 1999).

Berdasarkan UU No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah Kawasan

Perkotaan dapat berbentuk :

- a. kota sebagai daerah otonom adalah kota yang dikelola oleh pemerintah kota;
- b. kota yang menjadi bagian daerah kabupaten yang memiliki ciri perkotaan; adalah kota yang dikelola oleh daerah atau lembaga pengelola yang dibentuk dan bertanggungjawab kepada Pemerintah Kabupaten.

- c. kota yang menjadi bagian dari dua atau lebih daerah yang berbatasan langsung dan memiliki ciri perkotaan; dalam hal penataan ruang dan penyediaan fasilitas pelayanan umum tertentu dikelola bersama oleh daerah terkait.

Berdasarkan Undang-Undang Penataan Ruang No.26 tahun 2007, kawasan perkotaan adalah wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat permukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi. Kriteria kawasan perkotaan meliputi :

- a. memiliki karakteristik kegiatan utama budidaya bukan pertanian atau mata pencaharian penduduknya terutama di bidang industri, perdagangan dan jasa;
- b. memiliki karakteristik sebagai pemusatan dan distribusi pelayanan barang dan jasa didukung prasarana dan sarana termasuk pergantian modal transportasi dengan pelayanan skala kabupaten atau beberapa kecamatan.

3. Perilaku Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari pengintegrasian ini adalah pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Keinginan berperilaku adalah suatu rencana untuk terlibat dalam beberapa perilaku. Konsekuensi dasar, kebutuhan, atau nilai yang ingin dicapai atau dipuaskan konsumen sebagai tujuan akhir. Tujuan memberikan fokus pada keseluruhan pemecahan masalah (Peter dan Olson, 2010).

Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya (Sumarwan, 2004). Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam proses pembelian yaitu kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana membeli (Engel dkk, 1994). Pelaksanaan niat pembelian yaitu konsumen dapat membuat sub-keputusan pembelian: keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode pembayaran (Kotler, 2002).

Pembelian bersumber dari kuatnya kebutuhan seseorang, keterlibatan ego seseorang, dan kerasnya konsekuensi sosial. Hal tersebut menyebabkan konsumen cenderung mencari informasi tambahan tentang produk. Konsumen dalam pencarian dan penggunaan informasi memiliki nilai atau manfaat yang diperoleh dari informasi tersebut. Informasi yang bernilai membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih memuaskan dan menghindarkan dari konsekuensi negatif sehubungan dengan pengambilan keputusan yang buruk (Boyd, Walker, Larreche, 2000).

4. Pola Konsumsi

Istilah konsumsi memiliki arti yang luas, dan terkait dengan jenis kategori produk dan jasa yang dibeli atau dipakai. Definisi konsumsi untuk jenis produk makanan adalah dimakan, sedangkan definisi konsumsi untuk jenis produk minuman adalah diminum. Konsumsi produk atau penggunaan produk (*product use*) dapat diketahui melalui tiga hal, yaitu: (1) frekuensi konsumsi, (2) jumlah konsumsi, (3) dan tujuan konsumsi. Frekuensi konsumsi menggambarkan seberapa sering suatu produk dipakai atau dikonsumsi. Jumlah konsumsi menggambarkan kuantitas

produk yang digunakan oleh konsumen. Jumlah konsumsi akan menjadi indikator besarnya permintaan pasar bagi produknya. Tujuan konsumsi menggambarkan situasi pemakaian oleh konsumen. Konsumen mengkonsumsi suatu produk dengan beragam tujuan (Sumarwan, 2004).

Pangan dikenal sebagai pangan pokok yang dimakan secara teratur oleh suatu kelompok penduduk dalam jumlah cukup besar untuk menyediakan bagian terbesar dari konsumsi energi total yang dihasilkan oleh makanan. Jenis-jenis pangan yang dikonsumsi penduduk pada suatu daerah biasanya tidak jauh dari jenis-jenis pangan yang dapat diproduksi atau ditanaman di daerah tersebut (Indriani, 2007). Pola konsumsi pangan adalah susunan makanan yang mencakup jenis dan jumlah bahan makanan rata-rata per orang per hari yang umum dikonsumsi pada jangka waktu tertentu (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2014).

Perilaku konsumsi suatu produk merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukannya. Studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya yang tersedia (waktu, usaha, uang) guna membeli barang-barang yang terkait dengan konsumsi. Konsumen dihadapkan pada memilih dan menggunakan pangan untuk memenuhi kebutuhan gizi dalam kehidupan sehari-hari (Sumarwan, 2004).

5. Teori Permintaan

Permintaan (*demand*) adalah jumlah barang-barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar tertentu dan dalam waktu tertentu pula (Rosyidi, 1996). Permintaan atau dalam bahasa Inggris disebut "*Demand*" biasanya dilambangkan dengan huruf D. Jumlah permintaan menerangkan sejumlah barang yang dapat atau mampu dibeli oleh konsumen di pasar.

Permintaan terhadap suatu barang biasanya tergantung kepada beberapa faktor, terutama faktor harga. Permintaan terbagi kepada permintaan individu dan permintaan pasar. Permintaan individu adalah sejumlah barang yang dibeli oleh seorang konsumen di pasar. Permintaan pasar adalah total seluruh permintaan individu yang ada di pasar.

Hukum permintaan pada hakikatnya adalah makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, makin sedikit permintaan atas barang tersebut (Daniel, 2004).

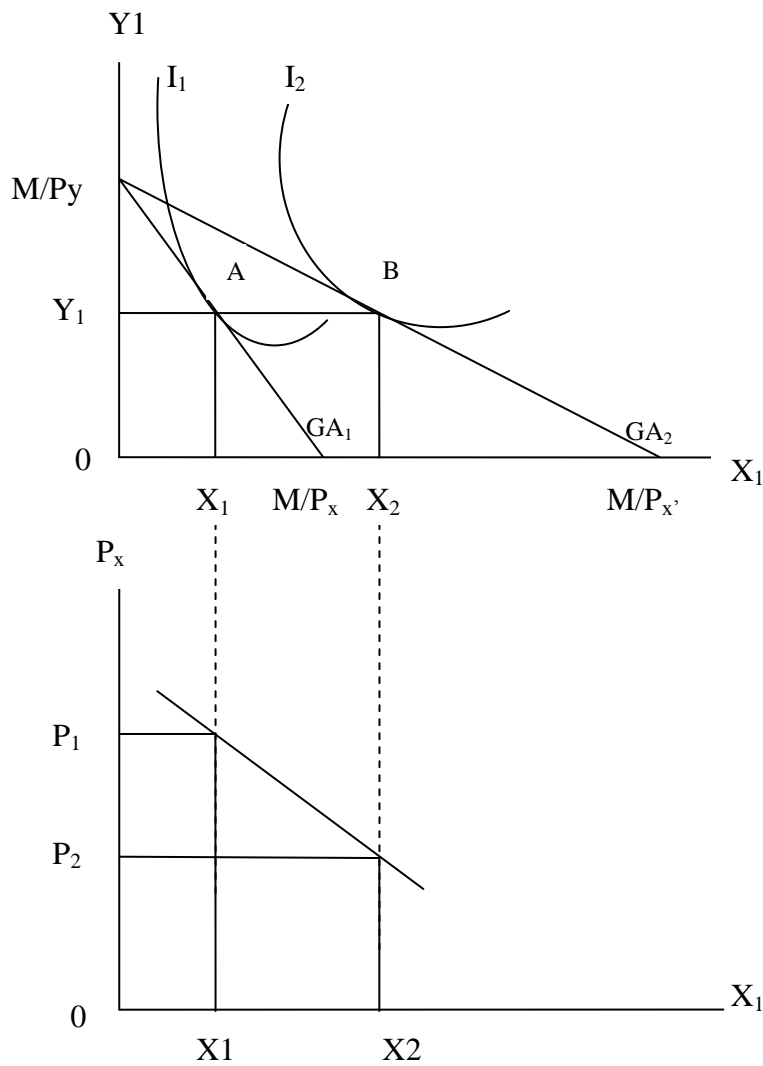
Jumlah barang yang diminta akan naik apabila harga barang yang diminta turun dengan catatan bahwa hal-hal lain adalah tetap. Hal-hal lain yang dimaksud adalah variabel-variabel selain harga barang yang bersangkutan yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta.

Kurva permintaan merupakan kurva yang menggambarkan hubungan fungsional antara jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga tertentu. Kurva permintaan menunjukkan hubungan negatif antara harga dan jumlah permintaan. Hal tersebut berarti bahwa apabila terjadi kenaikan harga maka jumlah permintaan akan turun ataupun sebaliknya apabila terjadi penurunan harga maka jumlah

permintaan akan meningkat. Perubahan faktor-faktor lain tercermin pada pergeseran kurva permintaan. Jumlah yang diminta akan berubah apabila harga berubah, *ceteris paribus* (faktor lain yang mempengaruhi dianggap tetap).

Perubahan jumlah yang diminta tercermin pada pergerakan di dalam suatu kurva permintaan. Kurva permintaan ialah tempat titik-titik yang masing-masing menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu oleh seseorang, *ceteris paribus*. Kurva permintaan berbentuk miring ke bawah karena harga barang yang lebih tinggi mendorong konsumen beralih ke barang lain atau mengonsumsi dengan jumlah lebih sedikit (Mankiw, 2003). Terdapat pendekatan untuk menerangkan mengapa konsumen berperilaku seperti yang dinyatakan oleh Hukum Permintaan.

Kurva permintaan diturunkan dari kurva *indifference*. Kurva *indifference* adalah kurva yang menunjukkan tingkat konsumsi atau pembelian barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama. Perilaku konsumen dapat diterangkan dengan pendekatan kurva *indifference* dengan anggapan bahwa (a) konsumen mempunyai pola preferensi akan barang-barang konsumsi (misalnya X_1 dan X_2) yang bisa dinyatakan dalam bentuk *indifference map*, (b) konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu, dan (c) konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum (Boediono, 1982). Penurunan kurva permintaan dari kurva *indifference* dapat dilihat pada Gambar 1.

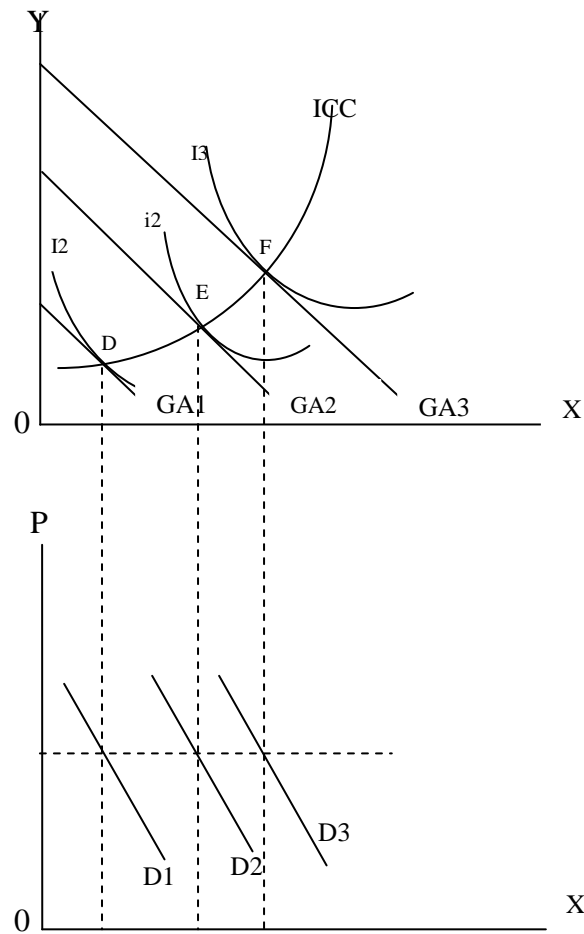


Gambar 1. Penurunan kurva permintaan.

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa dengan sejumlah uang tertentu (M) konsumen bisa membeli barang X sebanyak M/P_x dan barang Y sebanyak M/P_y atau konsumen bisa membelanjakan jumlah uang M tersebut untuk berbagai kemungkinan kombinasi X dan Y seperti garis yang ditunjukkan oleh garis lurus yang menghubungkan M/P_x dan M/P_y . Garis tersebut disebut garis anggaran atau *budget line*. Garis anggaran adalah garis yang menunjukkan jumlah barang yang dapat dibeli dengan sejumlah pendapatan atau anggaran tertentu.

Tingkat kepuasan maksimum yang dicapai bila konsumen membelanjakan uang sejumlah M untuk membeli barang OY_1 barang Y dan OX_1 barang X , yaitu pada posisi persinggungan antara *budget line* dengan kurva *indifference* yang terletak pada titik A . Posisi ini menunjukkan posisi kepuasan yang maksimum atau posisi *equilibrium* konsumen karena I_1 adalah kurva *indifference* tertinggi yang bisa dicapai oleh *budget line* tersebut. Jika harga X turun dari P_x menjadi P_x' dan harga Y tetap, maka *budget line* akan bergeser ke kanan menjadi garis M/P_y dan M/P_x' sehingga posisi *equilibrium* yang baru adalah pada titik B . Jadi, dengan adanya penurunan harga barang X , maka jumlah barang X yang diminta naik dari OX_1 menjadi OX_2 .

Pergeseran kurva permintaan ke arah kiri menunjukkan adanya penurunan permintaan, sedangkan pergeseran kurva ke arah kanan menunjukkan adanya kenaikan permintaan berarti banyak barang yang diminta pada setiap tingkat harga (Sugiarto dkk, 2005). Pergeseran kurva permintaan dapat dilihat pada Gambar. 2



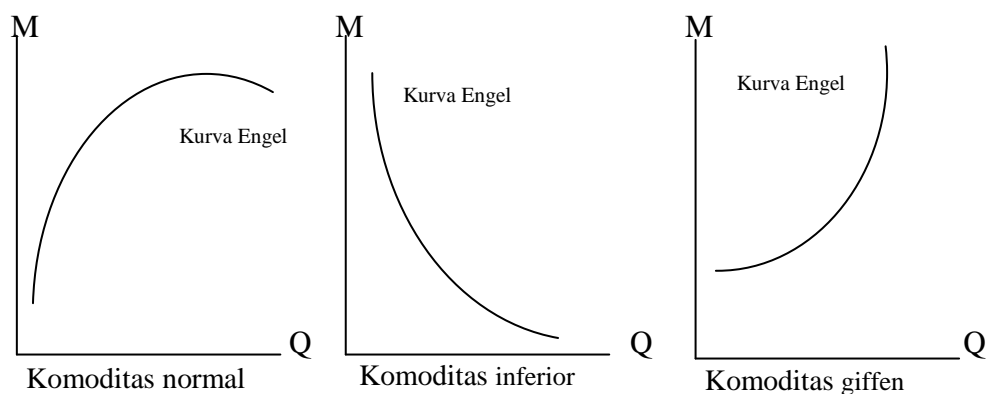
Gambar 2. Pergeseran kurva permintaan

(Sumber : Sugiarto dkk, 2005)

Berdasarkan Gambar 2, diketahui bahwa naiknya tingkat pendapatan akan menggeser GA secara paralel dari GA_1 ke GA_2 ke GA_3 . Keseimbangan konsumen bergeser dari titik D ke titik E lalu ke titik F. Bila titik-titik D, E, F dapat dihubungkan menjadi 1 garis, hasil yang diperoleh dikenal sebagai ***Income Consumption Curve (ICC)*** yang menunjukkan keseimbangan konsumen karena perubahan tingkat pendapatan selama tingkat harga tetap. Pada gambar bagian bawah ditunjukkan bahwa titik D, E, F berlaku pada tingkat harga komoditas X,

sehingga dapat dilihat terjadinya perubahan (*shift*) kurva permintaan (Sugiarto dkk, 2005).

Kurva Engel adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara pendapatan dengan jumlah komoditas yang diminta, dari kurva ICC ini dapat dibentuk Kurva Engel. Kurva Engel merupakan suatu fungsi yang menghubungkan keseimbangan jumlah komoditas yang dibeli konsumen pada berbagai tingkat penghasilan (Sudarman, 2004). Kurva Engel atau elastisitas permintaan-pendapatan menunjukkan karakteristik suatu komoditas terhadap perubahan pendapatan masyarakat, yang dapat diklasifikasikan sebagai komoditas normal, inferior, dan giffen. Pola komoditas tersebut dapat diperhatikan dalam Gambar 3.



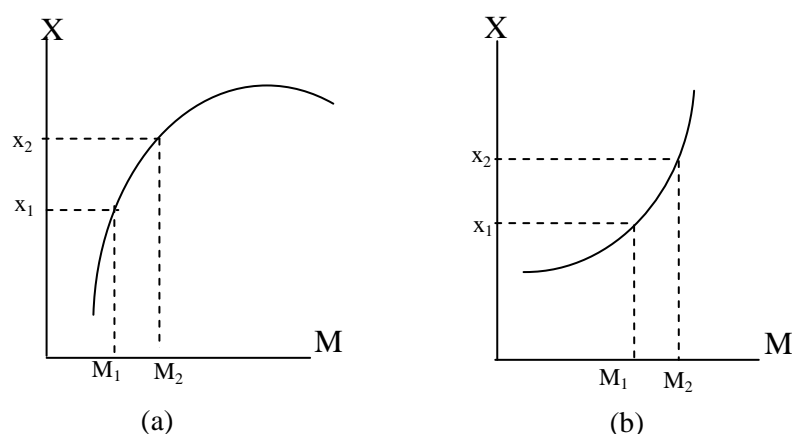
Gambar 3. Pola komoditas normal, inferior dan giffen

Kebutuhan pokok manusia terdiri dari bahan pangan, sandang, dan perumahan, sehubungan dengan kebutuhan pokok tersebut, pada tahun 1857 Engel membuat pernyataan yang kemudian dikenal sebagai Hukum Engell sebagai berikut :

- a. Sebagian terbesar dari anggaran belanja rumah tangga ditujukan untuk bahan pangan

- b. Apabila tingkat hidup rumah tangga meningkat, bagian pengeluaran untuk bahan pangan menurun; dan
- c. Apabila tingkat hidup rumah tangga naik, bagian untuk pendapatan untuk sandang dan perumahan meningkat.

Berdasarkan pernyataan Engel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa diantara ketiga kebutuhan bahan pokok itu, pangan merupakan kebutuhan yang terpenting (Kuntjoro, 1984). Kurva Engel merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam mempelajari kesejahteraan ekonomi (*economic welfare*) dan analisis dari pola pengeluaran rumah tangga. Gambar 4 melukiskan dua bentuk kurva Engel.



Gambar 4. Kurva Engel

Pada gambar (a), kurva Engel mempunyai kemiringan dari kiri bawah ke kanan atas sedikit datar, ini mengandung arti bahwa perubahan penghasilan konsumen tidak mempunyai akibat terhadap perubahan konsumsi secara mencolok. Kurva Engel yang berbentuk seperti ini menunjukkan bahwa barang tetap dibeli meskipun penghasilan konsumen rendah, tetapi jumlah tersebut tidak akan bertambah secara cepat dengan adanya kenaikan penghasilan. Bentuk kurva seperti ini dalam bentuk keperluan pokok (*necessities goods*). Pada Gambar (b)

bentuk ini dari kiri bawah ke kanan atas tapi relatif lebih tegak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya barang yang dibeli secara mencolok. Bentuk kurva seperti ini untuk jenis barang luks (*luxuries goods*). Nilai kemiringan kurva Engel ini kadang-kadang digunakan sebagai petunjuk tentang elastisitas pendapatan terhadap permintaan suatu barang (*income elasticity of demand*) (Sudarman, 2004). Angka yang mengukur besarnya pengaruh perubahan harga atas perubahan jumlah barang yang diminta disebut koefisien elastisitas permintaan dan dilambangkan dengan E_d . Menurut Arsyad (1987) faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu komoditas adalah:

a. Daya substitusi komoditas tersebut

Semakin banyak dan baik barang pengganti di pasar, maka semakin besar elastisitas harga untuk barang tersebut, sebaliknya semakin sedikit dan tidak sempurna barang pengganti yang tersedia di pasar, maka elastisitas harga barang tersebut cenderung semakin kecil.

b. Kegunaan komoditas tersebut

Semakin besar jumlah kemungkinan penggunaan suatu barang, maka akan semakin besar koefisien elastitas permintaan barang tersebut.

c. Persentase pendapatan konsumen untuk pembelian barang tersebut

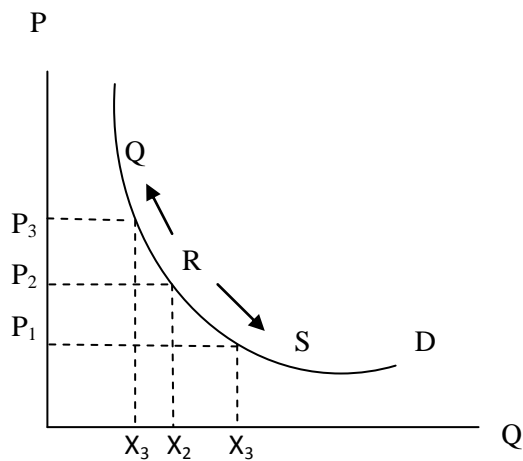
Permintaan atas suatu barang akan semakin elastis apabila bagian pendapatan yang dibelanjakan oleh konsumen terhadap barang tersebut semakin besar. Pada umumnya, barang-barang yang bersifat elastis adalah barang-barang mewah, sedangkan barang yang bersifat inelastis adalah barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari.

d. Periode waktu kebutuhan konsumen atas barang tersebut

Elastisitas permintaan barang akan semakin tinggi apabila lama waktu untuk melakukan pertimbangan semakin lama. Umumnya, kebutuhan yang sifatnya dapat ditunda bersifat elastis, sedangkan kebutuhan yang sifatnya tidak dapat ditunda bersifat inelastis.

Hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harganya adalah berbanding terbalik (negatif). Jika harga barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik dengan faktor lain tetap. Hubungan ini disebut hukum permintaan. Hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta dapat dijelaskan oleh dua keadaan, yaitu (1) jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti (substitusi); barang-barang pengganti akan dibeli jika mereka menginginkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari setiap rupiah yang dibelanjakan daripada membeli barang pertama, dan (2) jika harga naik, pendapatan merupakan kendala (pembatas) bagi pembelian yang lebih banyak.

Perubahan permintaan berarti bahwa kurva permintaan bergeser secara keseluruhan karena perubahan salah satu atau lebih variabel lain yang dianggap konstan. Perubahan jumlah yang diminta akan mengakibatkan suatu pergerakan sepanjang kurva permintaan karena perubahan harga (Arsyad, 1987). Hal ini dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pergerakan sepanjang kurva permintaan

Menurut Suhartati dan Fathorrozi (2003), hukum permintaan tidak berlaku dalam beberapa kasus yaitu :

a. Kasus barang Giffen

Barang giffen memiliki pengertian semakin tinggi tingkat harga menyebabkan permintaan terhadap barang ini menunjukkan angka yang semakin meningkat.

b. Kasus pengaruh harapan dinamis (*Dynamic Expectation Effect*)

Perubahan jumlah yang diminta dipengaruhi oleh perubahan harga yang terkait dengan harapan konsumen, artinya bahwa kenaikan harga suatu barang akan diikuti kenaikan permintaan terhadap barang tersebut, karena terselip adanya harapan bahwa harga barang tersebut akan terus mengalami kenaikan.

(c) Kasus barang prestise

Pada kasus ini memasukkan kepuasan konsumen dalam membeli suatu barang. Semakin tinggi harga suatu barang maka semakin tinggi kepuasan konsumen sehingga meningkatkan unsur prestise.

Menurut Suhartati dan Fathorrozi (2003), perubahan permintaan terhadap suatu barang disebabkan oleh perubahan pendapatan konsumen dapat digunakan untuk mengidentifikasi jenis barang, jenis barang tersebut adalah :

a. Barang inferior

Barang inferior yaitu jenis barang yang memiliki kualitas lebih rendah daripada barang normal, barang ini memiliki ciri khas yaitu, semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen, maka semakin sedikit permintaan terhadap barang ini, karena konsumen beralih pada barang yang lebih baik.

b. Barang normal

Barang normal ialah barang yang mempunyai ciri khas mengalami kenaikan permintaan sebagai akibat adanya kenaikan pendapatan konsumen.

c. Barang esensial

Barang esensial adalah barang kebutuhan pokok atau barang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Peningkatan pendapatan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaannya selama dalam asumsi untuk kebutuhan sehari-hari.

Pada dasarnya kebutuhan manusia mempunyai sifat yang tidak terbatas, sedangkan alat pemuas kebutuhan itu sifatnya terbatas sehingga tidak semua kebutuhan akan terpenuhi. Kebutuhan seseorang akan dapat terpenuhi apabila ia dapat mengkonsumsi barang/jasa yang ia butuhkan dan mencapai kepuasan maksimum. Perolehan kepuasan merupakan nilai daya guna yang diberikan oleh suatu barang atau jasa yang dikonsumsi. Namun demikian, konsumen dibatasi

oleh pendapatan yang digunakan dalam membelanjakan uangnya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu waktu yang didukung oleh daya beli. Daya beli mencerminkan kemampuan konsumen dalam membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta oleh konsumen adalah harga komoditi/barang itu sendiri, harga komoditi lain, pendapatan, rata-rata penghasilan rumah tangga (distribusi pendapatan), selera, dan besarnya populasi atau jumlah penduduk (Lipsey dkk, 1995). Secara matematis faktor-faktor tersebut dapat dibentuk dalam fungsi sebagai berikut.

$$Q_{dx} = f(P_x, P_y, I, T, N)$$

Keterangan :

Q_{dx} = jumlah barang x yang diminta
 P_x = harga barang x
 P_y = harga barang y
 I = pendapatan
 T = selera
 N = populasi

Teori permintaan menerangkan bahwa konsumen cenderung mengharapkan harga barang turun sehingga jumlah barang yang mampu dibeli oleh konsumen akan semakin banyak. Hal tersebut dinamakan *expected demand* atau permintaan yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen akan mendapatkan keuntungan (*consumer surplus*). Namun dalam kenyataannya, yang terjadi adalah harga barang akan terus menaik. Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu produk di pasaran ditentukan oleh banyak faktor. Menurut Sugiarto dkk

(2005) permintaan seseorang terhadap suatu komoditas barang tertentu ditentukan oleh beberapa faktor:

a. Harga barang itu sendiri.

Harga (*price*) memiliki arti sejumlah uang yang dibayar oleh seseorang untuk memperoleh suatu barang/jasa, dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Berdasarkan hukum permintaan apabila harga suatu barang/jasa semakin tinggi, maka permintaannya akan semakin rendah, sebaliknya apabila harga suatu barang/jasa semakin rendah, maka permintaan suatu barang akan semakin tinggi.

b. Harga barang lain.

Perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaan barang lain. Keadaan ini bisa terjadi apabila kedua barang tersebut memiliki hubungan saling menggantikan atau saling melengkapi. Harga barang lain yang saling melengkapi dengan barang yang akan dibeli oleh konsumen berpengaruh negatif terhadap barang yang akan dibelinya. Sedangkan harga barang lain yang saling menggantikan dengan barang yang akan dibeli oleh konsumen berpengaruh positif terhadap barang yang akan dibelinya. Apabila harga barang substitusi (y) dari suatu barang (x) semakin rendah, maka permintaan seseorang terhadap barang x akan semakin rendah.

c. Pendapatan konsumen.

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh seseorang sebagai gaji/upah dari pekerjaan yang dilakukannya. Apabila pendapatan seseorang semakin tinggi, maka daya belinya akan suatu barang juga akan semakin tinggi dan apabila

pendapatan seseorang semakin rendah maka daya belinya akan suatu barang juga akan semakin sedikit.

d. Jumlah tanggungan keluarga (*number of family dependants*).

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang biaya hidupnya masih ditanggung oleh pencari nafkah yang masih aktif didalam suatu keluarga. Apabila jumlah tanggungan keluarga dari seorang konsumen semakin banyak, maka permintaannya akan suatu barang akan semakin tinggi tergantung dengan jenis barang yang akan dibelinya. Apabila jumlah tanggungannya semakin rendah maka jumlah barang yang akan dibelinya semakin sedikit, namun tetap tergantung pada jenis barang yang dibelinya juga.

e. Selera masyarakat/*taste* (T).

Selera masyarakat atau cita rasa masyarakat biasanya akan mengikuti tren yang sedang terjadi di masyarakat. Apabila selera masyarakat akan suatu barang semakin tinggi maka permintaan akan barang tersebut juga akan semakin tinggi namun apabila selera masyarakat akan suatu barang semakin rendah maka permintaannya pun akan semakin rendah.

f. Ramalan mengenai keadaan di waktu yang akan datang.

Isu atau ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi jumlah permintaan. Apabila isu yang berkembang adalah kenaikan harga di masa yang akan datang maka akan mendorong masyarakat untuk membeli yang lebih banyak di masa yang sekarang. Hal ini tentunya akan meningkatkan permintaan di masa yang sekarang.

Konsep elastisitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga. Elastisitas permintaan pasar adalah derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya (Boediono, 1982). Elastisitas permintaan merupakan tingkat perubahan harga yang diminta akibat adanya perubahan harga suatu barang. Ukuran kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga atau faktor-faktor lainnya terhadap permintaan suatu komoditas disebut elastisitas permintaan (Sugiarto dkk, 2005).

Menurut Suparmoko (1998) Elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi:

a. Elastisitas harga permintaan

Elastisitas permintaan terhadap harga adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan perubahan harga barang tersebut. Elastisitas permintaan terhadap harga juga diartikan sebagai ukuran kepekaan perubahan jumlah komoditas yang diminta terhadap perubahan harga komoditas tersebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah diminta dengan persentase perubahan harga disebut koefisien elastisitas permintaan. Secara matematis, elastisitas permintaan terhadap harga dapat dihitung dengan rumus:

$$Ed = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta Px/Px} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{Px}{\Delta Px} = \frac{\Delta Q}{\Delta Px} \cdot \frac{Px}{Q} \dots\dots\dots(1)$$

b. Elastisitas silang

Elastisitas silang adalah perbandingan antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan harga barang lain. Apabila perubahan harga barang Y menyebabkan permintaan barang X berubah, maka sifat hubungan

diantara kedua barang tersebut digambarkan oleh elastisitas silang. Barang-barang yang mempunyai hubungan ini dapat bersifat barang pengganti ataupun barang pelengkap. Apabila koefisien elastisitas silang bernilai positif, maka barang tersebut sifatnya sebagai barang pengganti. Sebaliknya, jika koefisien elastisitas silangnya bernilai negatif, maka barang tersebut sifatnya saling melengkapi. Secara matematis, elastisitas permintaan silang dapat dihitung dengan rumus:

$$E_s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P_y/P_y} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{P_y}{\Delta P_y} = \frac{\Delta Q}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{Q} \dots\dots\dots(2)$$

c. Elastisitas pendapatan

Elastisitas pendapatan adalah perbandingan antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan pendapatan. Secara matematis, elastisitas pendapatan dapat dihitung dengan rumus:

$$E_{di} = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta I/I} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{I}{\Delta I} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q} \dots\dots\dots(3)$$

Elastisitas permintaan terhadap pendapatan dapat dibedakan menjadi barang inferior, barang normal, barang netral, dan barang superior. Apabila koefisien elastisitas pendapatan bernilai positif tetapi lebih kecil dari satu, artinya peningkatan jumlah barang yang diminta sebagai akibat meningkatnya pendapatan konsumen lebih kecil dari proporsionalnya, maka barang tersebut merupakan barang pokok. Apabila barang tersebut merupakan barang inferior, pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan pendapatan, artinya apabila pendapatan konsumen meningkat, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang tersebut (Suparmoko, 1998).

6. Penelitian terdahulu

Kajian penelitian terdahulu berguna sebagai sumber informasi dan referensi mengenai penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang menganalisis mengenai permintaan produk pertanian seperti sayuran dan buah-buahan (mangga, jeruk, apel, pisang dan semangka). Kajian penelitian dahulu disajikan dalam

Tabel 7

Tabel 7. Ringkasan penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Riska, 2013	Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus	Terdapat perbedaan preferensi konsumen semua atribut yang ada pada buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal dan impor adalah rasa buah warna buah, ukuran buah dan aroma buah
2	Wirawan, 2013	Permintaan Buah Pisang Ambon oleh Rumah Tangga di Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Provinsi Bali	Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah pisang ambon oleh rumah tangga yaitu harga buah lainnya, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendidikan ibu rumah tangga.
3	Sumawidari, 2013	Faktor- Faktor yang Menentukan Permintaan Buah Lokal pada Hotel Berbintang di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung	Faktor –faktor yang menentukan permintaan buah lokal pada hotel berbintang di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung adalah kualitas buah, harga, kriteria hotel, ketersediaan dan kebijakan pemerintah. Faktor dominan yang menentukan permintaan buah lokal pada hotel berbintang di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung adalah kualitas buah
4	Maryam, 2012	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Preferensi Konsumen Buah di Pasar Cibinong, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor	Faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen buah adalah tingkat pendidikan, pendapatan, ketersediaan buah dipasar, umur, harga buah lain, pengetahuan akan manfaat buah, banyaknya jumlah buah yang dibeli, anggaran belanja, jumlah anggota keluarga, frekuensi belanja dan status sosial.

Tabel 7. Lanjutan

No.	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Olgawati, 2012	Analisis Citra beberapa Buah Apel Lokal di Kalangan Konsumen pada Berbagai Pasar di Kota Surakarta	Jenis apel lokal yang paling banyak dikonsumsi adalah apel manalagi dan dikonsumsi secara segar. Faktor- faktor yang mempengaruhi citra adalah harga, manfaat, kemudahan memperoleh, prestige, atribut dan kualitas.
6	Arifianto, 2008	Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Semarang	Faktor faktor yang mempengaruhi konsumen memilih buah semangka adalah harga buah semangka, harga buah lain, rasa buah semangka, warna daging buah, berbiji atau tidaknya semangka dan pendapatan konsumen.
7	Sudiyarto, 2007	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor	Faktor- faktor yang berpengaruh terhadap sikap kepercayaan konsumen dalam membeli buah impor adalah budaya dan karakteristik individu.
8	Wijaya, 2006	Analisis Pertumbuhan Permintaan dan Penawaran Buah Mangga di Jawa Timur	Kenaikan permintaan buah mangga di Jawa Timur disebabkan oleh jumlah penduduk, sedangkan faktor yang lain (harga mangga, harga jeruk dan pendapatan) tidak tidak berpengaruh terhadap permintaan. Faktor yang berpengaruh nyata terhadap penawaran buah mangga di Jawa Timur yaitu luas panen dan tingkat teknologi.

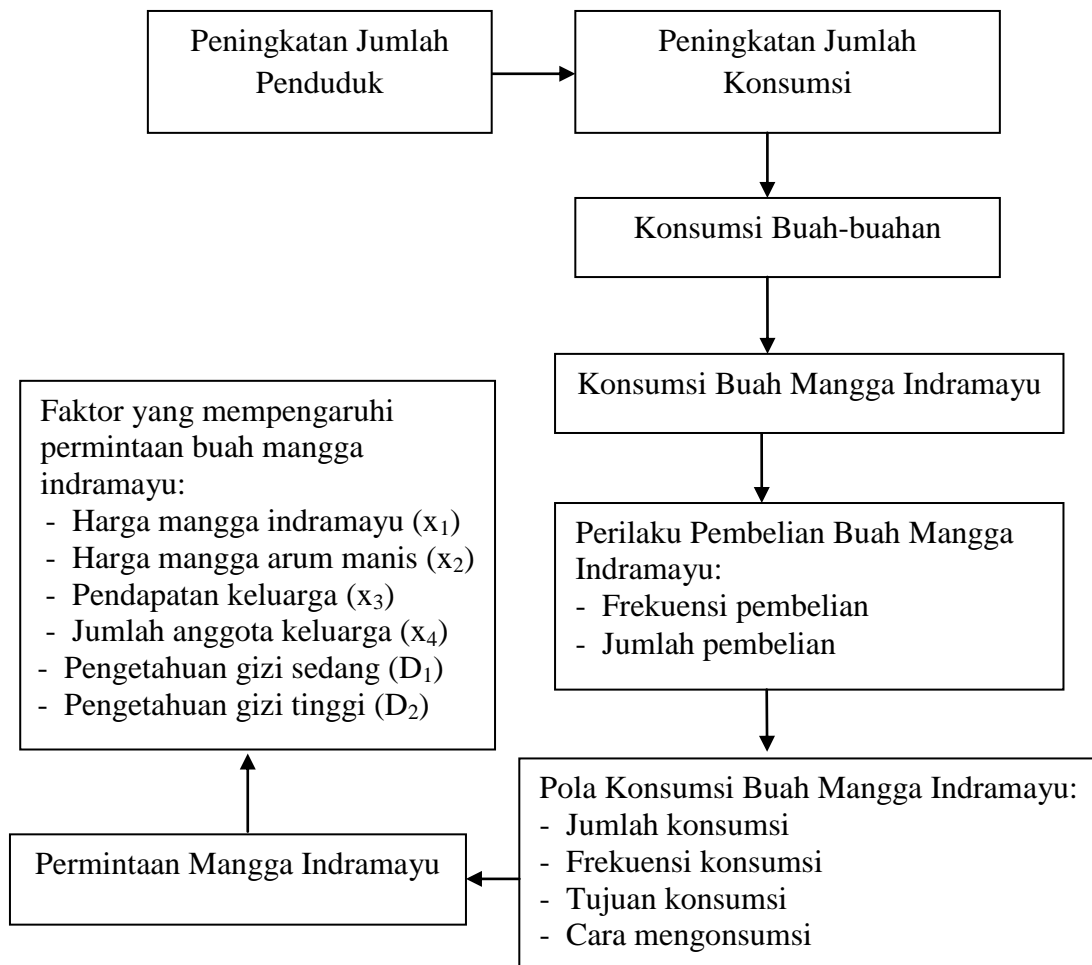
B. Kerangka Pemikiran

Tingkat konsumsi bahan pangan berbanding lurus dengan jumlah penduduk.

Apabila terjadi peningkatan jumlah penduduk maka jumlah konsumsi bahan pangan juga akan meningkat. Salah satu bahan pangan yang penting adalah buah-buahan. Buah-buahan mengandung berbagai macam vitamin dan mineral yang dibutuhkan dalam keseimbangan tubuh manusia. Banyak manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi buah.

Buah mangga merupakan salah satu buah yang banyak mengandung vitamin dan kaya akan serat. Perilaku konsumen buah mangga ialah perilaku yang dilakukan konsumen dalam mengkonsumsi buah mangga. Permintaan dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain, tingkat pendapatan, distribusi penduduk dan selera (Lipsey dkk, 1995). Harga barang lain yaitu meliputi harga barang pengganti maupun harga barang pelengkap.

Pengetahuan gizi konsumen juga akan membentuk perilaku konsumen dalam melakukan pembelian buah mangga indramayu. Perilaku pembelian buah mangga indramayu meliputi frekuensi pembelian, jumlah pembelian dan tempat pembelian. Pola konsumsi buah mangga indramayu meliputi jumlah buah mangga yang dikonsumsi, frekuensi konsumsi, tujuan mengonsumsi dan cara mengonsumsi buah mangga indramayu. Konsumen mempertimbangkan kandungan gizi, rasa dan manfaat dari buah mangga yang dikonsumsi. Informasi, pengetahuan dan tujuan konsumsi mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengonsumsi buah mangga indramayu. Kerangka berpikir analisis permintaan buah mangga indramayu di wilayah kota, Provinsi Lampung dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis permintaan mangga indramayu oleh konsumen pada wilayah kota di Provinsi Lampung.

C. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah (1) diduga harga mangga indramayu berpengaruh negatif terhadap permintaan mangga indramayu oleh konsumen pada wilayah kota di Provinsi Lampung dan (2) diduga faktor-faktor lainnya, yaitu harga mangga arum manis, jumlah pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan gizi berpengaruh positif terhadap permintaan mangga indramayu oleh konsumen pada wilayah kota di Provinsi Lampung.