

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Harga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) di jelaskan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa dari seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Secara konseptual harga merupakan tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain (Kadariah, 2019:91). Harga pada umumnya ditentukan oleh adanya hubungan yang terjadi antara permintaan dan penawaran. Lebih lanjut Kadariah (2019:124), mengatakan bahwa kenyataannya harga selalu berfluktuasi, hal ini disebabkan oleh tiga alasan yaitu karena naik turunnya pada permintaan (*fluctuation indiment*), naik turunnya pada penawaran (*fluctuation in supply*), dan eksperimentasi dalam

proses penetapan harga, sedangkan fluktuasi yaitu kenaikan dan penurunan aktivitas ekonomi secara relatif dibandingkan dengan *tren* pertumbuhan jangka panjang.

Menurut Sigit (2020: 150), menyatakan bahwa harga adalah sinyal dari pasar menunjukkan tingkat kelangkaan produk secara relatif, harga tinggi cenderung mengurangi konsumsi dan mendorong produksi. Dalam perekonomian banyak yang menganggap pentingnya penetapan harga sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

Menurut pendapat Rozalinda (2016:141), mengatakan bahwa harga dalam teori ekonomi modern adalah tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan, sukarela ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Berdasarkan definisi harga di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk

mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya dan umumnya dinyatakan dalam satuan moneter.

2.2 Fluktuasi Harga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dijelaskan bahwa “fluktusi adalah gejala yang menunjukkan turun naiknya harga, keadaan turun naik harga dan sebagainya atau perubahan harga tersebut karna pengaruh permintaan dan penawaran”. Sementara menurut Nawawi (2016:164), menjelaskan bahwa fluktuasi harga adalah turun naik nya suatu harga pada suatu barang atau benda, jika barang banyak di butuhkan konsumen akan berdampak pada naiknya harga dan jika benda tersebut kurang di minati harga akan turun.

Sementara menurut Hilmi (2018:164), menjelaskan bahwa fluktuasi adalah perubahan naik turunnya suatu variabel yang terjadi sebagai akibat dari mekanisme pasar. Sementara tradisiaonal fluktuasi dapat di artikan sebagai perubahan nilai. Pemahamanakan fluktuasi merupakan lonjakan atau ketidak ketetapan segala sesuatu yang bisa di gambarkan dalam sebuah grafik. Berdasarkan defenisi fluktuasi diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa fluktuasi harga adalah suatu perubahan variabel tertentu yang umumnya terjadi karena mekanisme pasar, perubahan tersebut dapat berupa kenaikan atau penurunan harga tersebut karna pengaruh permintaan dan penawaran. Menurut Bambang (2017:88), menjelaskan bahwa fluktuasi harga komoditas pada dasarnya terjadi akibat

ketidakseimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen. Jika terjadi kelebihan pasokan maka harga komoditas akan turun, sebaliknya jika terjadi kekurangan pasokan maka harga komoditas akan naik. Dalam proses pembentukan harga tersebut perilaku petani dan pedagang memiliki peranan penting karena mereka dapat mengatur volume penjualannya yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa fluktuasi harga yang relatif tinggi pada komoditas sayuran pada dasarnya terjadi akibat kegagalan petani mengatur volume pasokannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2.2.1. Faktor – faktor yang mempengaruhi Fluktuasi Harga

Hubungan produsen dan konsumen biasanya dijabatani oleh pelaku pemasaran atau pedagang yang mempertemukannya dalam suatu sistem pasar. Ini dilakukan pedagang melalui pemasokan produk menurut tempat, waktu, dan kualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan penawaran yang dilakukan petani. Berdasarkan hal tersebut maka dalam kegiatannya pedagang sebenarnya memiliki dua peran yaitu sebagai konsumen antara yang dihadapi petani dan sebagai produsen antara yang dihadapi konsumen. Sebagai konsumen antara pedagang menurunkan permintaan konsumen kepada petani, sedangkan sebagai produsen antara pedagang meneruskan penawaran petani kepada konsumen.

Fluktuasi harga sayuran pada umumnya lebih tinggi dibandingkan buah –buahan ataupun padi karena ketidakseimbangan antara volume pemasokan dan kebutuhan konsumen yang relatif tinggi. Dalam perdagangan komoditas pertanian umumnya dilibatkan berbagai kelompok pedagang seperti pedagang desa, pedagang kecamatan, pedagang kabupaten, pedagang antar provinsi dan pedagang pengecer di daerah konsumen. Di tingkat desa sistem pasar yang terbentuk seringkali mengarah pada pasar yang bersifat monopoli dan oligopoli (Baharsyah, 2020:200). Sistem pasar demikian dapat terjadi akibat kurangnya kompetisi di antara pedagang desa akibat jumlah pedagang yang terbatas. Walaupun jumlah pedagang yang terlibat cukup banyak tetapi dalam kegiatannya para pedagang tersebut seringkali dikendalikan oleh satu atau beberapa pedagang tertentu.

Menurut djiptono(2016: 38) Faktor yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga yaitu:

1. Penawaran dan permintaan antara pedagang dan pembeli

Harga dapat terbentuk karena keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Hubungan antara harga suatu komoditas dengan jumlah yang diminta mengikuti volume pasokan yang dimana semakin tinggi permintaan maka harga semakin melambung naik dan begitu juga sebaliknya jika jumlah permintaan rendah maka harga juga ikut rendah.

2. Pola Pemasaran

Pola pemasaran sangat erat kaitannya dengan tren konsumen akan sesuatu jenis sayuran. Kejelian petani sayuran dalam menentukan waktu panen akan berpengaruh pada keberhasilan pemasaran. Semakin baik pemahaman petani

akan hal tersebut maka peluang keberhasilan pemasaran bagi pedagang juga akan semakin besar.

3. Iklim atau cuaca

Musim yang tidak menentu seperti musim panas dan musim hujan dan faktor alam yang membuat terjadinya fluktuasi di pasar. Karna faktor alam ini dapat menimbulkan ketidakpastian akan jumlah stok yang ada dan pemasukan barang yang terbengkalai.

Kondisi pasar tersebut diatas tidak menguntungkan bagi petani karnan harga yang diterima petani akan dikendalikan oleh para pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni. Pada kondisi pasar tersebut petani cenderung menerima harga yang rendah akibat perilaku pedagang yang berusaha memaksimumkan keuntungannya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pemasaran komoditas dengan kekuatan monopsoni/oligopsoni tidak efisien karna kepentingan petani sebagai produsen dapat dirugikan.

Naik turunnya harga sayur tersebut di sebabkan oleh ketidakseimbangan antara ketersediaan produk dengan permintaan pasar. Jika permintaan produk tinggi namun ketersediaan produk sedikit maka harga produk akan melambung tinggi. Namun jika ketersediaan produk melimpah namun permintaan pasar sedang menurun maka harga produk tersebut akan merosot. Permainan harga yang di lakukan oleh para tengkulak menjadi salah satu faktor terjadinya fluktuasi harga sayur mayur. Tengkulak sengaja mengontrol harga dan menimbun hasil panen untuk mendapatkan harga jual yang lebih tinggi. Ditimbunnya hasil panen akan menyebabkan kelangkaan di pasaran sehingga harga akan melambung tinggi dan para

tengkulak akan mendapatkan keuntungan besar. Keuntungan besar tersebut tidak diteruskan langsung kepada para petani, namun disisi lain jika terjadi penurunan harga jual di pasar karena kelebihan produk maka tengkulak dengan cepat akan meneruskan penurunan harga beli kepada petani.

Petani akan mendapatkan keuntungan lebih apabila memaksimalkan teknologi pasca panen seperti meningkatkan teknologi penyimpanan hasil panen. Melalui teknologi tersebut petani dapat mengontrol harga karena kualitas produk akan lebih tahan lama dan akan mendapatkan harga jual yang lebih layak. Fluktuasi harga sayur mayur dapat diatasi dengan melakukan produksi sayur yang lebih tersebar dan tidak terpusat di satu tempat. Hal tersebut dapat meminimalisir naiknya harga sayur jika terjadi gagal panen di suatu wilayah sentral produksi. Produksi yang terpusat juga menyebabkan rantai pemasaran yang semakin panjang sehingga dengan penerapan produksi yang tersebar maka rantai pemasaran akan menjadi lebih pendek. Selain itu, diperlukan perkembangan penanaman komoditas sayur di luar musim tanam. Hal tersebut dapat membuat kestabilan ketersediaan sayur setiap bulannya sehingga harga menjadi stabil. Fasilitas penunjang untuk petani juga sudah seharusnya diberikan oleh pemerintah untuk mengurangi ketergantungan petani pada pinjaman modal yang diberikan oleh tengkulak. Pemerintah juga sebaiknya mengendalikan harga sayur dengan melakukan sinkronisasi lebih jauh terhadap permintaan pasar dan ketersediaan komoditas supaya tidak terjadi kenaikan harga yang cukup tinggi. Fluktuasi harga komoditas pada dasarnya terjadi akibat

ketidakseimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen. Jika terjadi kelebihan pasokan maka harga komoditas akan turun, sebaliknya jika terjadi kekurangan pasokan maka harga komoditas melambung naik. Dalam proses pembentukan harga tersebut petani dan pedagang memiliki peranan penting karena mereka dapat mengatur volume penjualannya yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Menurut Sudaryanto (2019:103), dijelaskan bahwa berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa fluktuasi harga yang relatif tinggi pada komoditas sayuran pada dasarnya terjadi akibat kegagalan petani dan pedagang sayuran dalam mengatur volume pasokannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut Bambang (2017: 124), mengatakan bahwa kondisi demikian dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Produksi sayuran cenderung terkonsentrasi di daerah– daerah tertentu saja, misalnya sekitar 90% produksi sayur nasional hanya dihasilkan di 6 provinsi. Struktur produksi demikian tidak kondusif bagi stabilitas harga karena jika terjadi gagal panen akibat hama atau akibat pengaruh cuaca di salah satu daerah sentra produksi maka akan berpengaruh besar terhadap keseimbangan pasar secara keseluruhan.
- b. Struktur produksi yang terkonsentrasi secara regional diperparah pula oleh pola produksi yang tidak sinkron antar daerah produsen. Setiap daerah produsen sayuran umumnya memiliki pola produksi bulanan yang relatif sama sehingga total produksi sayuran cenderung terkonsentrasi pada bulan – bulan tertentu.
- c. Permintaan komoditas sayuran umumnya sangat sensitif terhadap perubahan kesegaran produk. Sementara itu komoditas sayuran umumnya relatif cepat busuk sehingga petani dan pedagang tidak

mampu menahan jualannya terlalu lama dalam rangka mengatur volume pasokan yang sesuai kebutuhan pasar. Hal itu dapat berdampak pada penurunan harga jual yang disebabkan oleh penurunan kesegaran produk. Akibatnya pengaturan volume pasokan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen tidak mudah dilakukan karena setelah dipanen petani cenderung segera menjual hasil panennya agar sayuran yang dipasarkan masih dalam keadaan segar.

- d. Untuk dapat mengatur volume pasokan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen maka dibutuhkan sarana penyimpanan yang mampu mempertahankan kesegaran produk secara efisien. Namun ketersediaan sarana penyimpanan tersebut umumnya relatif terbatas akibat kebutuhan investasi yang cukup besar sedangkan teknologi penyimpanan sederhana yang dapat diterapkan oleh petani sangat terbatas. Jadi jika terjadi kenaikan harga di pasar konsumen akibat naiknya permintaan maka pedagang akan meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani sehingga harga dipasar produsen juga mengalami peningkatan dan begitu juga sebaliknya.

2.2.2 Strategi Penerapan Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2015: 154) dalam melakukan penilaian kembali terhadap strategi penerapan harga yang telah dilakukan perusahaan memiliki tiga alternatif yaitu:

a. Mempertahankan Harga

Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan mempertahankan posisi dalam pasar, misalnya pangsa pasar perusahaan untuk meningkatkan citra yang baik dimasyarakat. Ada beberapa pernyataan atau kondisi yang sesuai untuk menerapkan strategi ini diantaranya :

1. Pasar yang dilayani perusahaan tidak terpengaruh oleh perubahan lingkungan.
2. Ada ketidakpastian berkaitan dengan reaksi pelanggan dan pesaing terhadap perubahan harga
3. Kesan (*image*) masyarakat terhadap perusahaan dapat ditingkatkan dengan merespon permintaan atau pendapat umum untuk mempertahankan harga. Biasanya hal ini erat kaitannya dengan situasi dimana pemerintah berusaha mengendalikan tingkat inflasi, sehingga perusahaan – perusahaan yang ada diminta untuk mempertahankan harganya pada tingkat tertentu.

b. Menurunkan Harga

Strategi ini bukanlah strategi yang gampang dilaksanakan, karena perusahaan harus memiliki kemampuan finansial yang besar dan sanggup menghadapi setiap kemungkinan persaingan yang timbul, terutama dalam aspek harga. Selain itu perusahaan juga harus memahami fungsi permintaan terhadap produknya. Apabila strategi menurunkan harga dapat dilaksanakan dengan baik, maka perusahaan akan menerapkannya mungkin dapat memperoleh hasil berupa margin laba yang lebih rendah (dengan asumsi harganya konstan) dan volume penjualan yang lebih besar, meskipun demikian, dalam prakteknya keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh persaingan harga antar perusahaan dan elastisitas harga. Elastisitas harga merupakan intensitas reaksi

konsumen dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan produk tertentu.

c. Menaikkan Harga

Menaikkan harga produk biasanya dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan profitabilitas dalam periode inflasi, mengambil keuntungan dari diferensiasi produk (baik diferensiasi ril maupun diferensiasi persepsi) atau untuk melakukan segmentasi pasar yang dilayani. Dalam situasi inflasi, harga perlu disesuaikan bila perusahaan bermaksud untuk mempertahankan profitabilitasnya. Hal ini karena elemen dan jenis biaya menjadi meningkat pada periode inflasi. Secara konseptual, peningkatan harga yang dilakukan harus ditetapkan pada suatu tingkat yang kemungkinan besarnya leba tetap sama, baik sebelum maupun adanya inflasi.

2.2.3 Indikator Fluktuasi Harga

Adapun indikator-indikator fluktuasi harga sebagaimana dikutip dari Sodik (2018: 134) yaitu:

1. Tingkat Persaingan Pedagang

Di dalam sebuah pasar tentunya ada persaingan antara penjual dalam menjualkan produk kepada para konsumen. Sehingga berbagai cara dilakukan oleh penjual kepada konsumen untuk menarik minat beli mereka untuk memilih kebutuhan yang mereka perlukan.

2. Ukuran Pasar

Kemampuan penjual untuk merencanakan suatu usaha perlu memilih letak lokasi usaha yang strategis untuk mengundang minat konsumen dalam transaksi jual beli mereka, seperti lokasi yang mudah dijangkau, besar kecilnya lokasi usaha, keamanan lokasi dan kenyamanan pembeli saat berbelanja.

3. Jumlah Produksi

Adanya fluktuasi harga karena dipengaruhi oleh jumlah produksi yang ada pada kehidupan manusia yang semakin tinggi sehingga pedagang pun ikut khawatir terhadap pembeli apabila jumlah produksinya di gudang ataupun dari para petani sedikit, mereka tidak dapat melanjutkan kegiatan jual beli dengan para pembeli untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari.

4. Biaya Oportunitas

Yaitu sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh orang ataupun perusahaan guna mendapat apa yang mereka inginkan.

2.3 Pendapatan

2.3.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang atau keuntungan yang diterima oleh para pedagang dari suatu transaksi jual beli yang mereka lakukan dengan konsumen di pasar. Martani (2015 : 302), pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda – beda seperti penjualan, pendapatan jasa, bunga, deviden, dan royalti. Pendapatan merupakan aliran masuk ke perusahaan yang diperoleh dari aktifitas usaha yang mempunyai dampak bertambahnya aktiva perusahaan dengan maksud menambah pemasukan perusahaan (Purwati, 2018: 90). Dari penjelasan diatas pendapatn dapat disimpulkan sebagai penerimaan yang diterima seseorang selama menjalankan usaha baik dari kegiatan penjualan maupun kegiatan lainnya yangb dapat meningkatkan aktiva perusahaan.

Lebih lanjut Martina (2015:315), menjelaskn bahwa pendapatan dapat diakui ketika adanya kemungkinan yang besar bahwa adanya manfaat ekonomi yang mengalir ke dalam perusahaan dan nilai manfaat tersebut bisa diukur dengan andal. Menurut Prathama (2016 : 92), mengatakan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan (uang atau bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Dikebanyakan negara konsumsi rumah tangga meliputi pengeluaran rumah tangga untuk membeli kebutuhan-kebutuhan

hidupnya seperti makanan, minuman, pakaian, kendaraan, sewa rumah, hiburan dan lain-lain. Pendapatan yaitu segala uang atau segala pembayaran yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji atau upah, sewa, bunga, laba, dan lain – lain, bersmama – sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiunan, dan lain- lain. Pelaku usaha adalah orang yang menjalankan kegiatan usaha, baik usaha jual beli, ataupun usaha produksi yang tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan dan menanggung resiko yang akasn terjadi dalam usahanya.

Memperoleh laba atau pendapatan merupakan tujuan usaha dalam arti sederhana, asumsi secara ilmu ekonomi murni menyatakan bahwa tujuan dari pelaku usaha yang diterimanya (Ma'arufaa, 2017: 201). Besarnya pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha sangatberpengaruh dalam keberhasilan sebuah usaha, karena dengan adanya rasa puas yag dirasakan oleh pelaku usaha tersebut menjadi lebih bersemangat, antusias, dan rajin bekerja. Kepuasan yang dirasakan oleh pelaku usaha yang ditimbulkan dari adanya keberhasilan usaha ini dapat dijadikan sebagai motivasi oleh pelaku usaha untuk menjalankan usahanya agar lebih baik.Keaadan tersebut secara tidak langsung dapat mengakibatkan pelaku usaha terpengaruh untuk terus meningkatkan prestasi dan mengembangkan kreatifitasnya dalam bekerja (Furqon, 2017: 78). Pendapatan sangatlah berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu jenis usaha, semakin tinggi

pendapatan yang diperoleh pelaku usaha maka akan semakin besar juga kemampuan pelaku usaha dalam membiayai semua keperluan pengeluaran dari berbagai kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan usahanya tersebut. Pendapatan juga dapat memengaruhi laba dan rugi dari suatu jenis usaha. Tanpa adanya pendapatan maka pelaku usaha tidak akan mendapatkan laba dan jika tidak ada laba maka suatu jenis usaha tidak akan bisa berjalan (Allam, 2019:269).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian pendapatan yaitu penghasilan yang didapat oleh seorang wirausaha baik didapat secara harian, mingguan, maupun bulanan sesuai dengan omset yang didapat setelah dikurangi oleh biaya – biaya produksi.

2.3.2 Jenis – Jenis Pendapatan

Menurut Boedinono Prihandini (2016: 24) dalam Dalam ilmu ekonomi pendapatan dapat dikelompokkan dalam tiga golongan yaitu

1. Pendapatan gaji atau upah, merupakan imbalan yang didapat setelah seseorang melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam jangka waktu tertentu.
2. Pendapatan usaha sendiri, merupakan nilai total yang didapat dari hasil produksi dikurangi dengan biaya yang dibayar dan usaha tersebut merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dimana tenaga kerjanya berasal dari anggota keluarganya sendiri.

3. Pendapatan dari usaha lain, merupakan perolehan seseorang dengan terlebih dahulu mencurahkan tenaga kerja dan bisa disebut sebagai pendapatan sampingan contohnya dari penyewaan asset berupa rumah, ternak dan barang – barang lainnya.

2.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Suherman Rosyid (2018: 55) Pendapatan sangat erat kaitannya dengan konsumsi masyarakat dan pengeluaran rumah tangga serta perilaku konsumen yang berkaitan dengan pertukaran yang bersifat luas, seperti transaksi jual beli dipasar dimana konsumsi masyarakat akan bahan sembako tersebut akan menentukan jumlah pendapatan pedagang. Ada pun faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah pendapatan pedagang atas suatu barang yang diperjual belikan antara lain :

a. Permintaan

Permintaan adalah hubungan antara harga dengan jumlah barang yang dibeli dipasar. Konsep hubungan permintaan digunakan untuk menunjukkan keinginan seorang pembeli pada suatu pasar. Antara harga dan kualitas yang diminta adalah berbanding terbalik (negatif). Jika harga naik, kuantitas yang diminta turun, hubungan yang demikian disebut “hukum permintaan” (*law of demand*) makin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang akan diminta oleh para konsumen, sebaliknya makin rendah

harga suatu barang makin banyak jumlah barang yang diminta oleh konsumen.

b. Penawaran

Penawaran menunjuk pada hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan atau di jual dipasar. Penawaran barang atau jasa didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa dimana penjual bersedia untuk menjualnya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu. Hubungan antara harga dan kualitas yang ditawarkan adalah searah (positif). Jika harga naik kualitas yang ditawarkan semakin meningkat, hubungan yang demikian disebut “hukum penawaran” (*law of supply*). Makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual.

c. Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan rumah tangga amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi, semakin baik pendapatn, tingkat konsumsi semakin tinggi. Karena ketika pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar dan pola hidup semakin konsumtif, setidaknya menuntut kualitas yang baik.

d. Selera Konsumen

Jika selera konsumen terhadap barang tinggi maka permintaannya pun akan tinggi meskipun harga dari barang tersebut mengalami fluktuasi atau bahkan mengalami inflasi secara terus – menerus.

e. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara, menyeluruh, walaupun pengeluaran rata – rata per orang atau perkeluarga relatif rendah.

f. Biaya dan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan produsen menghasilkan barang atau jasa. Selain itu dapat menurunkan harga produksi serta memudahkan penjual untuk menjual barang dengan jumlah yang banyak. Dalam hubungan dalam penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menimbulkan dua efek, yaitu produksi dapat ditambah dengan lebih cepat dan biaya produksi semakin murah sehingga keuntungan dapat bertambah.

g. Harga barang itu sendiri

Apabila harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka jumlah barang yang ditawarkan juga meningkat, sebaliknya

jika harga barang yang ditawarkan turun, maka jumlah barang yang ditawarkan penjual pun ikut turun.

2.3.4 Indikator Pendapatan

Menurut Theodorus M.Tuanakotta (2016: 35) ada beberapa indikator dalam menentukan pendapatan yaitu:

1. Modal Usaha

Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini berupa uang dan tenaga (dari manusia itu sendiri).

2. Lama Usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku usaha menekuni bisnis di bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan.

3. Jam Kerja Pedagang

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang ketersediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan.

4. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah/dikurangi.

2.4 Penelitian Terdahulu

- a. Pengaruh fluktuasi harga terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di Pasar Kemiri Kota Medan oleh Muhammad Zakaria Zebua (2021). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fluktuasi harga sayur mayur terhadap pendapatan pedagang sayur di pasar Kemiri Kota Medan. Penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai pengujian dan analisis data, dari penelitian ini dapat diperoleh beberapa hasil mengenai: 1. seringnya terjadi persaingan antara pedagang sehingga menimbulkan fluktuasi harga sayur mayur di Pasar Kemiri Kota Medan. 2. Seringnya penimbun stok sayur mayur sehingga harganya terundi di Pasar kemiri Kota Medan. 3. Saluran pemasaran sayur mayur yang panjang sehingga harganya naik di Pasar Kemiri Kota Medan. 4. Keterbatasan/kelangkaan stok membuat harga sayur mayur melambung tinggi di pasar Kemiri Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk mengetahui adanya pengaruh fluktuasi harga terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di Pasar Kemiri kota Medan. 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fluktuasi harga terhadap pendapatan pedagang sayur mayur di Pasar Kemiri Kota Medan. 3. Untuk mengetahui bagaimana

pengaruh fluktuasi pendapatan pedagang sayur mayur di Pasar Kemiri Kota Medan. Berdasarkan uji regresi linier sederhana, mak diperoleh nilai persamaan konstanta sebesar (a) 63.561 dan (b) sebesar 0.150, sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 63.561 + 0.150x + e$, dimana fluktuasi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap variable pada pedagang sayur mayur di Pasar Kemiri Kota Medan.

- b. Implikasi fluktuasi harga terhadap pendapatan dan daya beli pedagang sembako Pasar Kopindo Kota Metro, oleh Retno Febriana (2018). Jenis penelitian yang dilakuka adalah penelitian lapangan (*field research*), penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengaruh fluktuasi harga terhadap pendapatan dan daya beli pedagang sangatlah berpengaruh adanya fluktuasi harga tidak selalu membuat pendapatan dan daya beli menurun terkadang juga mengalami kestabilan bahkan cenderung naik. Hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor pendukung yang terjadi di Pasar Kopindo Kota Metro sebagai penyebab sembako tetap diinginkan oleh para konsumen dengan jumlah yang sama walaupun harganya melambung naik.

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiric yang terkumpul (Sugiyono, 2017).

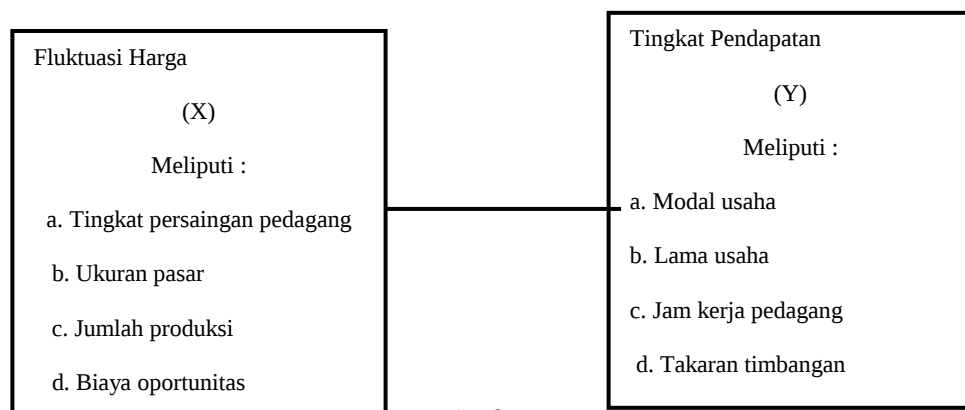
Dalam penelitian ini, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Ada Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur Mayur Di Pasar Nou Gunungsitoli.

Ho: Tidak Ada Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Sayur Mayur Di Pasar Nou Gunungsitoli

2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019: 95) Kerangka pemikiran merupakan konseptual tentang bagaimana teori ini berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. ini bertujuan untuk mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga tidak terjadi kesalahan data yang diambil. Maka penulis dapat menggambarkan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir