

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari kontribusi penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan referensi dalam penyusunan hasil, sehingga proses penelitian menjadi lebih terarah dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perkembangan harga bahan pangan pokok merupakan indikator krusial untuk memahami dinamika ekonomi. Kenaikan dan penurunan harga komoditas ini sering menjadi penyumbang utama kenaikan inflasi di Indonesia. Fluktuasi harga ini sering menjadi penyumbang utama kenaikan inflasi di Indonesia. Fluktuasi harga ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kondisi cuaca, kebijakan perdagangan, dan faktor ekonomi makro lainnya. Dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Perkembangan Harga Bahan Pangan Pokok Di Pasar Domestik Indonesia Tahun 2023 (Mawarni *et al.*, 2024). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Data yang digunakan bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Pangan Nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tingkat pengendalian harga pangan pokok dan harga pasar di Kota Batu. Fokus utamanya adalah melihat bagaimana perkembangan dan fluktuasi harga memengaruhi pengendalian tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder (data panel). Penelitian ini mencakup 23 komoditas pangan esensial, seperti beras premium, gula, minyak goreng, berbagai jenis daging (sapi, ayam ras, ayam kampung), telur (ras dan kampung), terigu, cabai (keriting, besar, rawit), kedelai (impor dan lokal), kacang-kacangan (hijau, tanah), bawang (merah, putih), serta beberapa sayuran seperti kubis, kentang, tomat, wortel, dan buncis. Data dikumpulkan dari empat pasar utama di Kota Batu: Pasar Besar Batu, Pasar Pesanggrahan, Pasar Gentengan, dan Pasar Songgoriti. Data perkembangan harga diperoleh dari data SISKAPERBAPO

(Sistem Informasi Ketersediaan dan Perkembangan Harga Bahan Pokok) triwulan kedua, yaitu dari bulan April hingga Juni 2023. Identifikasi keterkendalian harga bahan pangan pokok dan harga pasar dibatasi dengan menggunakan harga acuan penjualan di tingkat konsumen dan koefisien variasi. (Mahrus Alfah Syah, 2024)

Jenis media tanam memegang peranan penting terhadap pertumbuhan tanaman tomat, meliputi tinggi tanaman dan jumlah daun. Selain itu, media tanam juga berpengaruh pada produksi, yaitu bobot dan jumlah buah yang dihasilkan. Berdasarkan penelitian, kombinasi tanah dan pupuk kandang sapi ditemukan sebagai media tanam yang paling efektif untuk pertumbuhan dan produksi tomat yang optimal. Dalam penelitian (Wales, Tulung and Mamarimbing, 2023) Penelitian ini bertujuan untuk menemukan media tanam yang optimal bagi pertumbuhan dan produksi tanaman tomat. Studi ini dilaksanakan antara Januari hingga April 2022. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengadopsi Rancangan Acak Lengkap (RAL), yang melibatkan empat jenis perlakuan dan empat kali pengulangan untuk setiap perlakuan.

Ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan, yang umumnya dipengaruhi oleh faktor musiman, merupakan penyebab utama ketidakstabilan harga komoditas pangan pokok. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat volatilitas harga cabai merah, bawang merah, dan telur ayam ras, baik sebelum maupun selama masa pandemi COVID-19.. Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan koefisien variasi. Data yang digunakan dalam studi ini mencakup data primer dan sekunder, dengan pendekatan penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama masa pandemi, pergerakan harga komoditas cabai merah besar, bawang merah, dan telur ayam ras cenderung dipengaruhi oleh faktor permintaan, khususnya sebagai dampak dari menurunnya daya beli masyarakat.. (Putri, 2022).

Inovasi dalam bisnis telah menjadi kunci utama dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang dan dinamis. Studi ini menginvestigasi bagaimana inovasi memengaruhi perkembangan bisnis dan permintaan pasar, dengan fokus pada kenaikan permintaan dan penyesuaian harga yang terjadi menjelang hari besar. Dalam penelitian (Panjaitan *et al.*, 2024) data yang digunakan meliputi strategi inovatif yang diterapkan oleh perusahaan, respon konsumen terhadap inovasi tersebut, serta dampaknya terhadap peningkatan permintaan pasar dan penyesuaian harga produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi merupakan faktor kunci yang memungkinkan perusahaan untuk memenuhi tuntutan pasar yang berubah-ubah. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana inovasi memengaruhi perkembangan bisnis dan permintaan pasar, khususnya dalam konteks kenaikan permintaan dan harga menjelang hari besar. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya investasi dalam inovasi sebagai strategi untuk menjaga daya saing perusahaan dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.

Penelitian ini mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi permintaan gula pasir di Kota Palangkaraya. Dengan menggunakan analisis regresi metode *Ordinary Least Square* (OLS) pada fungsi permintaan Cobb-Douglas yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma, penelitian ini menghasilkan nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel yang memengaruhi tingkat permintaan gula pasir. Dalam penelitian (Rima Harati, 2022) Penelitian ini menggunakan metode dasar deskriptif dan analitis. Tujuan utamanya adalah untuk mempelajari variabel yang mempengaruhi permintaan gula pasir serta tingkat elastisitas permintaan gula pasir di Kota Palangkaraya.

Tren harga komoditas telur ayam ras di Kabupaten Bulukumba dari Juli 2017 hingga Juli 2022 menunjukkan rata-rata kenaikan sebesar Rp 2,54 per kilogram setiap bulannya. Nilai koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,0003$ mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel x dan y hanya sebesar 0,03%. (Amalia, Mardiyanti and Nadir, 2023). Penelitian ini menganalisis fluktuasi dan tren harga telur ayam

ras di Kabupaten Bulukumba. Dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana, yang menguji hubungan antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y), studi ini menemukan bahwa fluktuasi harga tertinggi terjadi pada tahun 2019. Peningkatan harga yang signifikan pada tahun tersebut disebabkan oleh penurunan produksi telur ayam ras. Hal ini terjadi karena ayam petelur memasuki masa aktif dini, mengakibatkan produksi telur menurun sekitar 20-25% dari kondisi normal. Akibatnya, kurangnya pasokan diiringi tingginya permintaan konsumen memicu lonjakan harga telur ayam ras.

Dalam Penelitian yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Tomat (*Solanum Lycopersicum*) Di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sabangau Kota Palangka Raya”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, lembaga-lembaga yang terlibat, serta berbagai fungsi pemasaran tomat di Kelurahan Kalamangan. Penelitian ini juga mengevaluasi margin, biaya, keuntungan, serta tingkat efisiensi dari aktivitas pemasaran. Pada saluran pemasaran I termasuk penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penyediaan informasi pasar dan penanggung risiko. Sedangkan saluran pemasaran II termasuk penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penyediaan informasi pasar, penanggung risiko serta tugas tambahan seperti standarisasi dan grading serta pembiayaan (Purba, Yamani and Sunaryati, 2021). Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran tomat di Kelurahan Kalamangan terdiri dari dua saluran: saluran I menyamoaikan informasi langsung dari petani ke konsumen, dan saluran II memungkinkan pedagang berinteraksi dengan petani melalui perantara. Dalam penelitian ini dua saluran pemasaran tomat di Kelurahan Kalamangan dibandingkan dengan margin, biaya, keuntungan, persentase petani dan efisiensi pemasaran. Saluran pemasaran I memiliki margin 0 dan biaya total 370.532, dengan keuntungan pemasaran sebesar 3.039.468 tetapi persentase petani (bagian yang diterima petani) adalah 0 %. Saluran pemasaran II memiliki biaya total 1.346.127, dan margin pemasaran 0. Dari keuntungan pemasaran, petani memperoleh 6.346.875 dan pedagang pengumpul memperoleh

9.231.998, masing-masing. Pasar petani ini sedikit naik 0,375% dan efisiensi pemasaran 9,39%.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Permintaan

Permintaan merupakan jumlah barang yang diinginkan dan dapat dibeli pada berbagai harga dalam jangka waktu tertentu dengan asumsi hal-hal lain tetap sama. Teori permintaan berarti bahwa produsen membuat barang yang dibutuhkan oleh pembeli dan bersedia membelinya. Konsumen akan ingin membeli barang yang mereka butuhkan jika harganya sesuai dengan keinginan mereka dan barang tersebut bermanfaat bagi mereka. (Aroy Maulana, Fahriansah and Nanda Safarida, 2021). Teori permintaan adalah teori ekonomi yang berpendapat bahwa permintaan memengaruhi harga. Oleh karena itu, teori ini mengatakan bahwa harga barang akan naik ketika permintaan di pasar naik, tetapi harga akan turun ketika permintaan turun. Pada awalnya, penurunan permintaan sendiri disebabkan oleh kenaikan harga pasar atau terlalu tingginya harga. Produsen akan menurunkan harga agar masyarakat dapat kembali mengkonsumsi produk mereka ketika masyarakat tidak berminat untuk membeli produk mereka.

Faktor yang mempengaruhi teori permintaan di antaranya harga barang itu sendiri, harga barang substitusi barang substitusi adalah komoditi yang memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan komoditi utama, jumlah penduduk, pendapatan konsumen dan selera konsumen. Adapun terdapat hukum permintaan yaitu Hukum permintaan mengatakan bahwa terdapat hubungan terbalik antara harga barang dan jumlah yang diminta, yang berarti bahwa ketika harga barang naik, permintaan akan cenderung turun, dan sebaliknya. Ini berlaku untuk harga tomat di Jawa Timur, yang berarti bahwa permintaan masyarakat akan menurun jika harganya naik, dan sebaliknya.

Elastisitas harga permintaan atau elastisitas permintaan (PED) adalah ukuran perubahan jumlah permintaan barang, atau jumlah barang yang akan dibeli oleh pembeli, dibandingkan dengan perubahan harga barang. Secara umum, anggapan umum adalah bahwa jika harga barang naik, kesediaan pembeli untuk membeli barang tersebut akan menurun. Namun, tingkat perubahan ini berbeda-beda: kenaikan harga yang kecil pada barang tertentu akan mengakibatkan penurunan permintaan yang signifikan, sedangkan pembeli pada barang lain akan terus membeli. Dalam ilmu ekonomi, variasi ini diukur dengan istilah elastisitas. Elastisitas permintaan adalah persentase perubahan jumlah permintaan dalam situasi di mana harga naik sebesar 1% dan semua hal lain tetap.

2.2.2 Teori Penawaran

Penawaran adalah jumlah komoditas yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam ekonomi, penawaran didefinisikan sebagai jumlah komoditas yang ditawarkan atau tersedia untuk dijual oleh produsen dengan tingkat harga, jumlah produksi, dan jangka waktu tertentu. Karena produsen pada dasarnya memproduksi barang dengan tujuan memaksimalkan keuntungan, para ahli selalu berbicara tentang teori penawaran dari sudut pandang produsen. (Sukanto and Maslihatul Masfufah, 2023). Berdasarkan hukum penawaran, ketika harga suatu barang mengalami penurunan, jumlah yang ditawarkan cenderung menurun pula. Sebaliknya, apabila harga barang meningkat, maka jumlah yang ditawarkan akan mengalami kenaikan. Oleh karena itu, ada hubungan positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Transaksi di pasar tidak dapat terjadi jika tidak ada penawaran barang dan jasa yang memenuhi permintaan. Sebaliknya, jika penjual menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, permintaan akan terpenuhi. Harga produk itu sendiri, harga barang pengganti, biaya produksi, biaya pajak, dan perkiraan harga masa depan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran.

2.2.3 Teori Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan ekonomi yang berlangsung secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini mencerminkan suatu proses sosial yang terorganisir, di mana individu maupun kelompok berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran serta pertukaran barang bernilai dengan pihak lain. Salah satu kegiatan utama perusahaan adalah penjualan, yang mencakup penjualan dan pembelian produk yang diproduksi oleh perusahaan. Transaksi ini dapat dilakukan secara tunai atau nontunai (Manajemen *et al.*, 2021). Dalam teori penjualan memiliki tujuan diantaranya guna mencapai target penjualan tertentu, memperoleh keuntungan dan mendukung pertumbuhan dan perkembangan perusahaan secara efektif, penjualan produk berjalan secara efektif dan mengalami peningkatan, dan keuntungan tersebut akan digunakan untuk mengembangkan perusahaan agar menjadi lebih besar dan lebih konsisten. (Pancaningsih, 2022). Beberapa faktor yang memengaruhi kegiatan penjualan antara lain adalah kondisi serta kapasitas penjual, situasi pasar, dan ketersediaan modal. Di samping itu, terdapat sejumlah aspek penting yang perlu diperhatikan dan dipahami dalam proses penjualan, seperti jenis dan karakteristik produk yang ditawarkan, harga produk yang dijual, serta ketentuan penjualan yang mencakup sistem pembayaran, pengiriman, layanan penjualan, garansi, dan lain sebagainya.

2.2.4 Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Harga yang tinggi atau rendah selalu menjadi perhatian utama konsumen saat mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk, penetapan harga produk lama yang sudah beredar dipasaran biasanya dapat berubah jika dipengaruhi oleh perubahan lingkungan pasar atau pergeseran permintaan konsumen (Yanti, 2020).

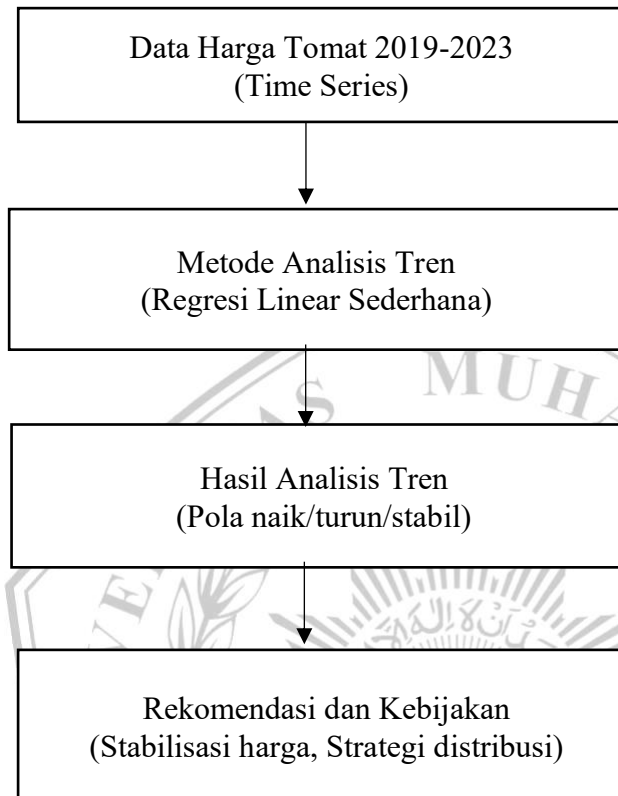
2.2.5 Komoditas Tomat

Tomat adalah salah satu sayuran dengan nilai gizi tinggi, manfaat yang tinggi, dan harga yang terjangkau. Di Indonesia, tomat memiliki banyak potensi untuk dibudidayakan. Tergantung pada jenis atau varietasnya, tanaman ini dapat ditanam di mana saja, dari dataran rendah hingga dataran tinggi. Dalam bentuk produk olahan, tomat tidak hanya dimanfaatkan untuk dikonsumsi langsung, tetapi juga digunakan sebagai bahan dasar dalam industri makanan olahan maupun produk kosmetik. (Fajri *et al.*, 2022).

Tanaman tomat dapat tumbuh di daerah tropis maupun subtropis. Curah hujan ideal untuk budidaya tomat adalah 750–1250 mm/tahun, dan tanaman dapat tumbuh di mana saja. Keadaan ini terkait erat dengan ketersediaan air, dan tanaman tomat membutuhkan sinar matahari yang kuat. Jika tanaman tomat menerima sinar matahari selama 12 jam setiap hari, mereka akan lebih baik menyerap unsur hara. Temperatur yang baik untuk tanaman tomat adalah 21–24 derajat Celcius, dan kelembaban yang cocok untuk pertumbuhan tomat adalah 25%. Keadaan ini mendorong pertumbuhan tanaman tomat. pH tanah yang ideal untuk budidaya tomat adalah antara 5,0 dan 6,0. Jika kekurangan oksigen terjadi, akar tanaman tomat mudah rusak, jadi jangan berikan air kepada tanaman tomat.

2.3 Kerangka Pemikiran.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: data diolah, 2025

Grafik kerangka pemikiran di atas menggambarkan alur logika penelitian dalam memahami dinamika harga tomat di Jawa Timur selama periode 2019 hingga 2023. Perkembangan harga tomat di Provinsi Jawa Timur cenderung mengalami fluktuasi. Oleh karena itu, penting untuk mendeskripsikan perubahan harga tomat selama lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019 hingga 2023, guna memahami pola kenaikan atau penurunan harga tomat di wilayah tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi harga tomat, baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Faktor tersebut mencakup kondisi cuaca dan iklim, tingkat produksi, distribusi dan logistik, serta permintaan pasar. Cuaca ekstrem berdampak

pada hasil panen. Selanjutnya, digunakan metode analisis tren untuk mengetahui kecenderungan harga tomat dari tahun ke tahun. Dalam penelitian ini, pendekatan regresi linear sederhana digunakan untuk membuat model yang menunjukkan arah perubahan harga, apakah mengalami peningkatan, penurunan, atau stabil.

