

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
PENGIRIMAN PAKET MELALUI KANTOR POS
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



Oleh

DELLY EFENDI
TM/NIM: 2006/73994

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2010**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
PENGIRIMAN PAKET MELALUI KANTOR POS**

Nama : Delly Efendi
BP/ NIM : 2006/ 73994
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 3 Agustus 2010

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si
NIP: 19550505 197903 1 010

Novya Zulva Riani, SE, M.Si
NIP: 19711104 200501 2 001

Diketahui Oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

Dr. Sri Ulfa Sentosa, MS
NIP. 19610502 198601 2 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGIRIMAN PAKET MELALUI KANTOR POS DI KOTA PADANG

Nama : Delly Efendi
BP/ Nim : 2006/73994
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 3 Agustus 2010

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Dr. Sri Ulfa Sentosa, MS	1. _____
2.	Sekretaris	: Novya Zulva Riani, SE, M.Si	2. _____
3.	Anggota	: Drs. Zul Azhar, M.Si	3. _____
4.	Anggota	: Drs. Akhirmen, M.Si	4. _____

ABSTRAK

Delly Efendi (2006/73994): Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang. Dibawah Bimbingan Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si dan Ibuk Novya Zulva Riani, SE, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh biaya pengiriman paket melalui kantor Pos terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (2) Pengaruh biaya pengiriman paket melalui TIKI terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (3) Pengaruh preferensi konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (4) Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (5) Pengaruh biaya pengiriman paket melalui kantor Pos, biaya pengiriman paket melalui TIKI, preferensi konsumen, pendapatan konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan variabel penelitian dan menemukan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari 100 sampel konsumen yang mengirimkan paket melalui kantor Pos dengan teknik pengumpulan data angket menggunakan teknik accidental sampling. Teknik analisis data adalah deskriptif dan induktif. Analisis induktif terdiri dari Uji Prasyarat analisis; Uji multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F test dengan $\alpha = 0,05$ dan analisis determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini (1) Biaya pengiriman paket melalui kantor Pos berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos ($\text{sig} = 0,045$) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,294 satuan (2) Biaya pengiriman paket melalui TIKI berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos ($\text{sig} = 0,024$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,306 satuan (3) Preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos ($\text{sig} = 0,000$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,297 satuan (4) Pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos ($\text{sig} = 0,000$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,445 satuan (5) Biaya pengiriman paket melalui kantor Pos, biaya pengiriman paket melalui TIKI, preferensi konsumen dan pendapatan konsumen secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang ($\text{sig} = 0,000$). Sumbangan Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen dan Pendapatan Konsumen secara bersama-sama sebesar 31,60%.

Penulis menyarankan kepada PT. Pos Indonesia (Kantor Pos) yang berada di Kota Padang sebaiknya selalu memperhatikan perubahan-perubahan tarif pengiriman paket, menjaga kualitas pelayanan, meningkatkan keamanan terhadap paket kiriman dan memperhitungkan jaminan paket berdasarkan nilai ekonomis dan nilai guna paket yang akan dikirimkan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Novya Zulva Riani, SE. M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini. Selanjutnya ucapan terima kasih tidak lupa pula penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Amar B, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberi izin pada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Zul Azhar, M.Si selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi dan sebagai Penguji skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.Si selaku ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan dan sebagai Penguji skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhirmen, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan dan sebagai Penguji skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen staf pengajar pada Fakultas Ekonomi yang telah memberikan sumbangsan pikirannya selama perkuliahan demi terwujudnya skripsi ini.

6. Bapak Pimpinan PT. Pos Indonesia Cabang Padang dan Ibu Supervisor Adm SDM PT. Pos Indonesia Cabang Padang yang telah membantu memberikan izin dan kemudahan kepada penulis dalam pengambilan data penelitian ini.
7. Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta serta kakak-kakak ku tersayang, yang telah tulus dan ikhlas memberikan dorongan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun dari pembaca sangat diharapkan. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Balakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL	
DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Teori	9
1. Konsep dan Teori Permintaan.....	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan.....	16
3. Teori Elastisitas Permintaan.....	17
4. Fungsi Permintaan.....	18
5. Konsep Harga.....	21
6. Konsep Harga Barang Substitusi	22
7. Konsep Pendapatan	24
8. Konsep Selera.....	26
9. Efek Substitusi dan Pendapatan	27
B. Temuan Sejenis	28

C. Kerangka Konseptual	39
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Uji coba Kuisioner	37
G. Defenisi Operasional.....	39
H. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
3. Analisis Induktif.....	61
B. Pembahasan.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
A. Simpulan	78
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos Tahun 2004-2008	3
Tabel 2. Perbandingan Tarif Pos dan Tarif TIKI	4
Tabel 3. Perkembangan Jumlah Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos Tahun 2004-2008	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 5. Hasil Uji Reability	39
Tabel 6. Tabel Tingkat Ketercapaian Responden	44
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos (Y).....	55
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos (X_1)	57
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Variabel Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI (X_2)	58
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Preferensi Konsumen (X_3).....	59
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pendapatan Konsumen (X_4)	60
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 13. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 15. Nilai Koefisien Regresi Linear Berganda	64
Tabel 16. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 17. Hasil Uji F.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Penurunan Kurva Permintaan Konsumen	13
Gambar 2. Pergeseran Kurva Permintaan	14
Gambar 3. Kerangka Konseptual	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Angket Penelitian.....	84
Tabulasi Data Uji Coba.....	87
Uji Valid.....	88
Tabulasi Data Penelitian	92
Regression.....	95
Uji Normalitas: Kolmogorov Smirnov	98
Uji Heterokedastisitas: Uji Park.....	98
Tabel Distribusi Frekuensi	98
Tabel T	104
Tabel F	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pos merupakan kegiatan pelayanan lalu lintas berita, uang dan barang serta merupakan jaringan yang penting di setiap wilayah atau negara. Bidang ini mempunyai jangkauan terhadap perkembangan kehidupan manusia dan menjadi faktor yang mempengaruhi proses perubahan yang terjadi dalam masyarakat di Indonesia maupun dunia.

Peningkatan penyelenggaraan serta pembangunan pos, telah meningkatkan penyebaran produk dan informasi dalam segala aspek kehidupan. Selain pos mempunyai fungsi sosial, menghilangkan isolasi daerah terpencil, juga merupakan alat terdepan dalam upaya menghimpun dan menyalurkan potensi kegiatan ekonomi dari dan kepada seluruh lapisan serta anggota masyarakat.

Bicara masalah produk, produk dan jasa pos telah mengalami evolusi yang signifikan. Produk dan jasa pos konvensional yang dulu dianggap sebagai salah satu produk statis, kini berevolusi menjadi berbagai produk yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan bisnis.

Sehubungan dengan hal tersebut, reformasi regulasi pos dan jasa turunannya merupakan suatu hal yang sangat diperlukan. Hal tersebut diperlukan untuk mengembangkan pasar dalam produk dan jasa pos tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar pelayanan pos yang wajib dipenuhi oleh negara.

Pasal 33 ayat 2 dan ayat 3 Undang-Undang Dasar 1945 amat menjiwai pembangunan pos yang merupakan kegiatan pelayanan lalu-lintas berita, uang dan barang dan menjadi faktor yang mempengaruhi proses perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Pembangunan pos telah meningkatkan penyebaran informasi dalam segala aspek kehidupan seperti di bidang politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan.

Usaha jasa layanan pos dan kurir ini, mulai menjamur di Indonesia sejak dekade 1970-an. Jasa layanan pos dan kurir ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan pemerintah yaitu PT Pos Indonesia (Pos & Giro) saja, melainkan juga oleh perusahaan swasta yang jumlahnya cukup banyak. Seperti diketahui usaha jasa layanan pos dan kurir di Indonesia pada mulanya hanya diselenggarakan oleh Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro yang sejak 20 Juni 1995 berubah menjadi PT Pos Indonesia. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ini merupakan penyelenggara utama perposan di Indonesia, baik untuk pengiriman surat pribadi, dokumen dan kiriman paket untuk di dalam negeri maupun ke luar negeri.

Kemudian muncul beberapa perusahaan jasa perposan untuk pengiriman dokumen dan paket, baik yang berskala domestik maupun internasional, seperti PT CV Titipan Kilat (TIKI). Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (ASPERINDO) memberikan informasi bahwa perusahaan pengiriman ekspres untuk pengiriman ke luar negeri pada umumnya adalah perusahaan pengiriman ekspres dalam negeri yang

bekerjasama dengan perusahaan pengiriman ekspres di masing-masing negara tujuan.

Secara umum perkembangan bisnis jasa pos dan kurir di Indonesia tergolong cukup pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku di bisnis ini. ASPERINDO dalam hal ini menyebutkan bahwa jumlah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa pos dan kurir di Indonesia hingga saat ini mencapai ribuan perusahaan. Dari ribuan perusahaan tersebut, yang beroperasi dan terdaftar secara resmi di asosiasi hanya sekitar 100 perusahaan.

Banyaknya muncul perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa perposan, sangat mempengaruhi perkembangan jumlah permintaan pengiriman paket melalui kantor pos (PT. Pos Indonesia), terutama di kota Padang. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1 berikut, bahwa pengiriman paket selama 5 tahun terakhir sangat berfluktuasi.

Tabel 1
Jumlah Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos Tahun 2004-2008

Tahun	Jumlah Paket Yang Dikirim (Unit)	Perkembangan (%)
2004	10.023	-
2005	9.666	-3,69
2006	10.474	7,71
2007	12.674	17,36
2008	16.289	22,19

Sumber: PT. Pos Indonesia, data diolah 2010

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah pengiriman paket melalui PT. Pos Indonesia Cabang Padang pada tahun 2004 sebanyak 10.023 unit. Namun pada tahun 2005, pengiriman paket melalui PT. Pos Indonesia mengalami penurunan sebesar 3,69%. Pada tahun 2005 tersebut, hanya 9.666 unit paket

yang dikirim melalui PT. Pos Indonesia. Padahal tarif pengiriman paket melalui kantor pos lebih murah karena merupakan Perusahaan Umum (Perum) yang tujuannya bukanlah profit maksimum, dibandingkan dengan tarif yang diterapkan di perusahaan swasta lainnya seperti CV Titipan Kilat (TIKI). Tabel 2 berikut dapat kita lihat perbandingan antara tarif pengiriman melalui PT. Pos Indonesia dan tarif pengiriman melalui CV Titipan Kilat (TIKI) di kota Padang.

Tabel 2
Perbandingan Tarif Pos dan Tarif TIKI

Kota Tujuan	Pengiriman Melalui Pos		Pengiriman Melalui TIKI	
	Tarif Rp/Kg	Kecepatan	Tarif (Rp/Kg)	Kecepatan
Medan	11.800	2 hari	18.000	2 hari
Batam	11.000	2 hari	17.000	2 hari
Pekanbaru	10.000	2 hari	17.000	2 hari
Jambi	15.100	2 hari	20.000	2 hari
Bengkulu	21.000	2 hari	22.000	2 hari

Sumber: PT. Pos Indonesia Cabang Padang dan CV Titipan Kilat, 2010

Dari Tabel 2 tersebut, dapat disimpulkan bahwa tarif yang diterapkan di kantor pos lebih murah dibandingkan dengan tarif yang diterapkan di TIKI. Sementara kecepatan pengiriman memerlukan waktu yang sama hingga kiriman sampai ketujuan.

Selain itu, penurunan jumlah pengiriman paket melalui PT. Pos Indonesia yang diperlihatkan pada Tabel 1 pada tahun 2005 tersebut, mungkin saja disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan-perusahaan jasa yang menawarkan jasanya yang semakin beragam pelayanannya. Sehingga konsumen melakukan pilihan-pilihan terhadap jasa perusahaan mana yang akan mereka gunakan dalam pengiriman paket.

Selanjutnya, peningkatan jumlah pengiriman paket yang diperlihatkan pada Tabel 1 pada tahun 2006 hingga tahun 2008 diatas, mungkin saja disebabkan oleh preferensi konsumen karena adanya peningkatan layanan, keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia kepada konsumennya. Sehingga preferensi konsumen ikut mempengaruhi keinginan untuk mengirimkan paket melalui PT. Pos Indonesia. Semakin baik pelayanan, semakin besar jaminan yang diberikan, semakin nyaman suasana yang terjadi dan semakin singkat waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman paket hingga alamat tujuan, maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut. Seperti peningkatan yang diperlihatkan pada Tabel 1, Peningkatan pengiriman paket tertinggi menurut data yang diperoleh yaitu pada tahun 2008. Besarnya peningkatan pengiriman paket yaitu sebesar 22,19%, dengan jumlah paket yang dikirim sebanyak 16.289 unit.

Selain itu berdasarkan teori yang ada, pendapatan masyarakat juga diduga mempengaruhi jumlah barang dan jasa yang diminta oleh masyarakat, dengan asumsi semakin tinggi pendapatan masyarakat maka akan semakin tinggi pula kecenderungan untuk meningkatkan kepuasan dan konsumsi.

Namun, berdasarkan survey yang penulis lakukan, bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, ternyata tidak diikuti oleh peningkatan permintaan pengiriman paket. Hal tersebut diduga karena pengiriman paket bukanlah merupakan kebutuhan yang mendasar. Berarti, seseorang mengirimkan paket, jika memang ada keperluan. Dan biaya yang mereka keluarkan untuk

pengiriman tidaklah tergantung kepada pendapatan mereka, namun tergantung pada berat paket yang mereka kirimkan dan tergantung pada tarif pengiriman ke kota tujuan.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Seauhmana biaya pengiriman paket melalui kantor Pos mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang?
2. Seauhmana biaya pengiriman paket melalui TIKI mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang?
3. Seauhmana preferensi konsumen mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang?
4. Seauhmana pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang?
5. Seauhmana biaya pengiriman paket melalui kantor Pos, biaya pengiriman paket melalui TIKI, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen

mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh biaya pengiriman paket melalui kantor Pos terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.
2. Pengaruh biaya pengiriman paket melalui TIKI terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.
3. Pengaruh preferensi konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.
4. Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.
5. Pengaruh biaya pengiriman paket melalui kantor Pos, biaya pengiriman paket melalui TIKI, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis sendiri, untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah penulis dapatkan selama kuliah dan salah satu

syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi PT. Pos Indonesia untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos.
3. Sebagai bahan informasi bagi penulis lain yang ingin meneliti lebih lanjut dalam aspek yang sama maupun aspek yang berhubungan.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Konsep dan Teori Permintaan

Menurut defenisinya permintaan terhadap suatu komoditas adalah banyaknya kesatuan komoditasnya yang akan di beli oleh konsumen pada bermacam-macam kemungkinan seperti tingkat harga pada waktu tertentu dan syarat-syarat tertentu pula.

Teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli konsumen tertentu pada berbagai kemungkinan harga dalam suatu waktu tertentu. Sedangkan dari permintaan pasar adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang hendak dibeli oleh semua konsumen pada berbagai kemungkinan harga dalam periode waktu tertentu.

Secara umum permintaan dapat dibedakan atas dua macam yakni permintaan individual dan permintaan pasar. Permintaan individual adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu. Permintaan pasar adalah berbagai jumlah dari pada suatu barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Sedangkan yang dimaksud dengan permintaan adalah berbagai jumlah barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu.

Di samping itu, adanya permintaan potensial yaitu permintaan yang berhubungan dengan keinginan seseorang untuk mendapatkan barang dan jasa. Sedangkan permintaan efektif adalah keinginan yang disertai dengan kemauan dan kemampuan untuk membeli dan didukung oleh keuangan secukupnya untuk membayar harga.

Menurut Sukirno (2005:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dapat dibuat grafik yang disebut dengan kurva permintaan.

Selanjutnya menurut Sukirno (2005:76) dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dimana dalam analisis ekonomi ini dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harga. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang paling utama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan dengan harga barang tersebut.

Menurut Arsyad (1995:23-24) hubungan antara harga dengan kuantitas yang diminta adalah berbanding terbalik. Apabila harga naik maka kuantitas yang diminta turun, dan sebaliknya. Hubungan tersebut dinamakan “Hukum Permintaan”. Hubungan ini dapat dijelaskan oleh keadaan sebagai berikut:

- a. Apabila harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti (substitusi): barang pengganti tersebut akan dibeli apabila mereka menginginkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari setiap rupiah yang dibelanjakan daripada membeli barang yang pertama tersebut.

- b. Apabila harga naik, pendapatan merupakan kendala (pembatas) bagi pembeli yang lebih banyak.

Fungsi permintaan bertujuan untuk mengetahui tingkat seseorang dalam memperoleh barang yang diinginkan pada waktu tertentu yang sangat tergantung pada tingkat pendapatan konsumen itu sendiri.

Pengertian permintaan menurut Gilarso (1992:136) adalah jumlah suatu barang yang mau dan dapat diteliti oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama.

Samuelson (1996:91) mengemukakan hukum permintaan dengan kemiringan yang negatif. Dimana apabila harga suatu komoditi naik (hal lain tetap) pembeli cenderung lebih sedikit membeli barang tersebut. Demikian juga sebaliknya apabila harga turun dan hal lain tidak berubah maka jumlah barang yang akan dibeli juga akan meningkat.

Arsyad (1995:22) mengemukakan bahwa konsep permintaan digunakan untuk menunjukkan keinginan seorang pembeli pada suatu pasar. Menurut Kadariah (1994:1) Jika orang mengatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah permintaan yang disertai dengan daya beli (*money demand*) terhadap suatu barang. Jadi, permintaan suatu barang adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh konsumen pada bermacam-macam kemungkinan tingkat harga pada waktu dan syarat tertentu. Hukum permintaan menjelaskan sifat yang berkaitan antara permintaan suatu barang dengan harganya.

Apabila permintaan digambarkan dengan seluruh kurva maka jumlah yang diminta (*quantity demanded*) adalah jumlah total suatu barang yang diinginkan semua rumah tangga untuk membelinya (Kadariah, 1994:2)

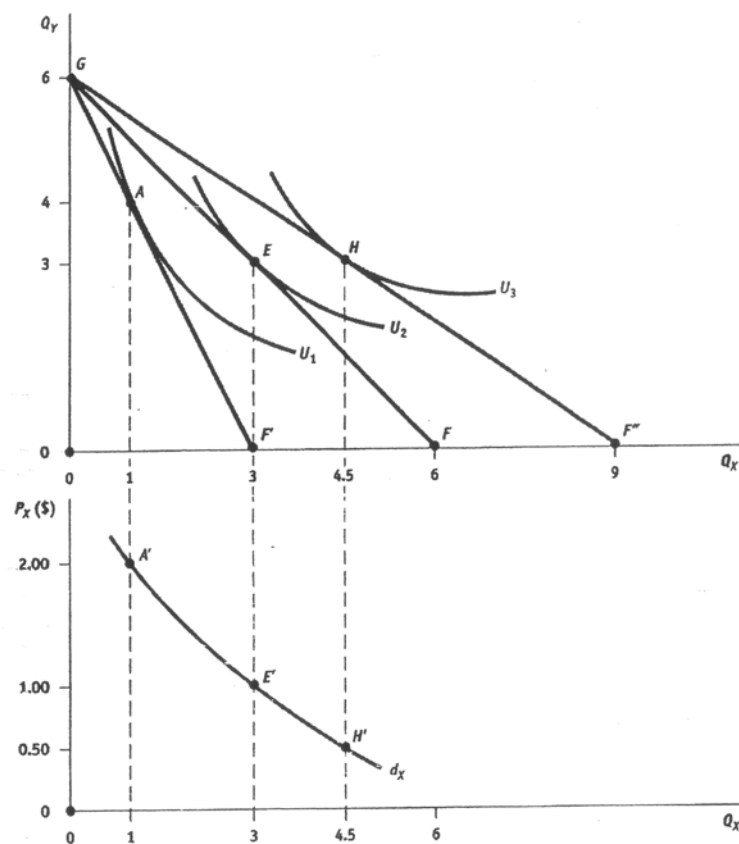
Berkaitan dengan konsep jumlah yang diminta, menurut Kadariah ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam konsep ini yaitu :

- a. Jumlah yang diminta (*quantity demanded*) adalah suatu jumlah yang diinginkan pada harga tersebut, sedang barang lain, pendapatan konsumen, selera-seleranya dan lainnya tetap.
- b. Jumlah yang diinginkan (*desired*) berarti permintaan yang efektif (*an efective demand*) artinya orang mau membeli jumlah tersebut dengan harga tertentu yang harus dibayar oleh barang tersebut.
- c. Jumlah yang diminta menunjukkan arus pembelian yang terus-menerus (*a conuntinius foks of purchaces*). Oleh sebab itu jumlah ini harus dinyatakan dalam “dalam waktu sekian”

Menurut Salvatore (2001:136) dengan nilai tertentu dari pendapatan konsumen dengan harga dari komoditi Y dapat diturunkan kurva permintaan konsumen terhadap komoditi X dari titik keseimbangan untuk menjelaskan lebih jelasnya penurunan kurva permintaan yang dapat dilihat pada gambar 1 berikut:

Gambar 1 di bawah ini menunjukkan bahwa dengan $M = \$6$, $P_y = \$1$, dan $P_x = \$2$ (garis anggaran GF'), keseimbangan konsumen berada pada titik A (mengonsumsi 1X dan 4Y), di mana garis anggaran GF' bersinggungan dengan kurva indiferen U_1 . ini memberikan titik A' ($Q_x = 1$ pada saat $P_x = \$2$) pada panel dibawah. Dengan $M = \$6$ dan $P_y = \$1$ tetapi $P_x = \$1$ individual akan berada pada posisi keseimbangan pada titik E (3X dan 3Y), dimana garis anggaran GF bersinggung dengan kurva

indifferent U_2 . Ini memberikan titik E' ($Q_x = 3$ pada saat $P_x = \$1$) akhirnya, dengan $M = \$6$ dan $P_y = \$1$ tetapi $P_x = \$0,67$, individual akan berada dalam kondisi keseimbangan pada titik H ($4,5X$ dan $3Y$), dimana garis anggaran GF'' bersinggungan dengan kurva indifferent U_3 . ini menghasilkan titik H' ($Q_x = 4,5$ pada saat $P_x = \$ 0,67$).



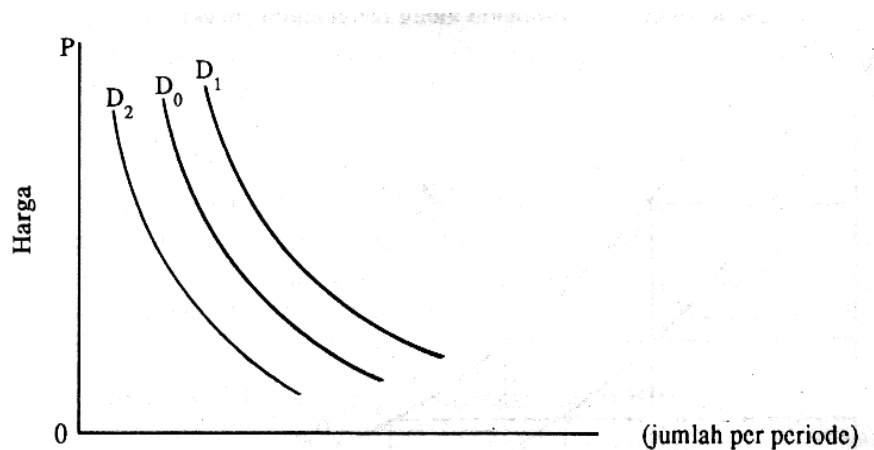
Gambar 1. Penurunan kurva permintaan konsumen

Selain itu, pergeseran pada kurva permintaan dapat digambarkan berdasarkan asumsi *ceteris paribus* kurva permintaan dapat bergeser dengan banyak cara, ada dua cara diantaranya (Kadariah, 1994:5):

- a. Dalam kasus pertama, pada tiap harga dibeli jumlah yang lebih banyak dan kurva permintaan bergeser ke kanan, sehingga tiap harga berhubungan dengan jumlah yang lebih besar dari pada sebelumnya.

- b. Dalam kasus kedua, pada tiap harga dibeli jumlah yang kurang, dan kurva permintaan bergeser ke kiri. Sehingga tiap harga berhubungan dengan jumlah yang lebih kecil daripada sebelumnya.

Hal ini dapat digambarkan seperti gambar 2 berikut:



Gambar 2. Pergeseran Kurva Permintaan

Pergeseran kurva permintaan ke kanan dari D_0 ke D_1 menunjukkan kenaikan dalam permintaan. Pergeseran kurva ke kiri dari D_0 ke D_2 menunjukkan penurunan dalam permintaan.

Kenaikan dalam permintaan bahwa pada harga banyaknya permintaan. Pergeseran ke kanan seperti kurva yang di atas dapat disebabkan oleh kenaikan pendapatan, kenaikan dalam harga substitusi, penurunan dalam harga komplemen, kenaikan dalam selera yang menguntungkan komoditi tersebut, kenaikan jumlah penduduk, redistribusi pendapatan yang menguntungkan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut. Penurunan dalam permintaan berarti bahwa jumlah yang diminta harga berkurang. Pergeseran kurva ke kiri disebabkan oleh penurunan pendapatan, penurunan harga substitusi, kenaikan harga

komplemen. perubahan selera yang merugikan komoditi tersebut, penurunan jumlah penduduk, redistribusi pendapatan yang merugikan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut.

Kalau orang mengatakan permintaan (*demand*), maka yang dimaksud adalah seluruh kurva permintaan. Jadi suatu perubahan dalam permintaan (*a change in demand*) menggambarkan pergeseran seluruh kurva permintaan (*a shift in the whole demand curve*) artinya perubahan dalam jumlah yang dibeli pada tiap tingkat harga. Kenaikan dalam permintaan berarti bahwa seluruh kurva permintaan bergeser ke kanan. Sedangkan penurunan dalam permintaan berarti bahwa seluruh kurva permintaan bergeser ke kiri.

Tiap titik pada kurva permintaan menggambarkan jumlah yang dibeli pada harga tertentu. Artinya, titik itu menggambarkan suatu jumlah yang diminta (*a particular quantity demanded*).

Pergeseran sepanjang kurva *permintaan* (*a movement along the demand curve*) menggambarkan perubahan dalam jumlah yang diminta (*a change in the quantity demanded*). Suatu pergerakan menurun pada kurva permintaan disebut kenaikan dalam jumlah yang diminta; suatu pergerakan naik pada kurva permintaan disebut penurunan dalam jumlah yang diminta.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Sukirno (1994:77) menyatakan bahwa hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendahnya harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga dari suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen tertentu pada berbagai kemungkinan tingkat harga dalam suatu waktu tertentu.

Sedangkan dalam permintaan pasar, teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga dalam periode waktu tertentu.

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat atas suatu barang ditentukan oleh beberapa faktor. Di mana faktor-faktor tersebut antara lain: Sukirno (2000:76)

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang substitusi
- c. Pendapatan masyarakat
- d. Corak Distribusi pendapatan dalam masarakat
- e. Cita rasa masyarakat (selera)
- f. Jumlah penduduk
- g. Ramalan mengenai masa yang akan datang

Permintaan yang diharapkan dalam kehidupan sehari-hari dari segi ekonomi adalah permintaan yang efektif karena permintaan yang efektif adalah jumlah barang yang diminta langsung yang dapat digunakan untuk kebutuhan ekonomi.

3. Teori Elastisitas Permintaan

Dalam analisis ekonomi, secara teoritis maupun secara praktek elastisitas permintaan sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauhmana responsifnya permintaan suatu barang terhadap perubahan harga barang itu sendiri. Oleh sebab itu, dikembangkan suatu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai sejauh mana besarnya pengaruh harga suatu barang terhadap perubahan permintaan suatu barang.

Menurut Sukirno (2000:111) faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah:

- a. Tingkat kemampuan barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan
- b. Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang yang bersangkutan
- c. Jangka waktu dan atau rentang waktu di mana permintaan suatu barang yang bersangkutan di analisis

Jadi berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa elastisitas permintaan dipengaruhi oleh tingkat kemampuan barang/jasa lain dalam menggantikan barang/jasa yang bersangkutan, pendapatan dan rentang waktu dalam permintaan suatu barang/jasa tersebut.

Berkaitan dengan elastisitas permintaan, menurut Sudarsono (1995:90) adalah bahwa elastisitas menggambarkan derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel yang mempengaruhinya.

Dalam analisis ekonomi ini, secara teoritis maupun secara praktek elastisitas permintaan sangat berguna untuk mengetahui sejauhmana

respon barang terhadap perubahan barang itu sendiri. Oleh sebab itu sampai sejauh mana besarnya perubahan harga suatu barang terhadap permintaan suatu barang.

Kadariah (1994:7) menyatakan bahwa elastisitas permintaan menggambarkan derajat reaksi jumlah yang diminta terhadap perubahan harga pasar. Dengan kata lain besar kecilnya pengaruh dari perubahan harga barang terhadap permintaan barang tersebut ditentukan oleh jenis elastisitas yang dimiliki oleh kurva permintaan.

4. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah fungsi suatu permintaan yang menunjukkan bahwa permintaan suatu barang ditentukan oleh harga barang itu sendiri dengan asumsi *ceteris paribus*. Fungsi tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$Q = f(P) \dots\dots\dots (2.1)$$

Menurut Sukirno (2000:76), berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti yang telah dibahas di atas. Berdasarkan faktor-faktor permintaan, maka fungsi permintaan secara matematis dapat ditulis dalam bentuk :

$$Q = f(P, P_s, Y, T, N) \dots\dots\dots (2.2)$$

Di mana :

Q = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang itu sendiri

P_s = Harga barang substitusi

Y = Pendapatan konsumen

T = Selera Konsumen

N = Jumlah Penduduk

Spesifikasi Model Fungsi Permintaan

Hal yang pertama kali dilakukan dalam analisis regresi yaitu untuk mengestimasi permintaan adalah untuk menspesifikasi model yang akan diestimasi. Ini biasanya termasuk harga dan barang itu sendiri (P), Harga barang substitusi / alternatif (P_s), pendapatan penduduk (Y) dan selera konsumen (S). Menurut Salvator (2001:91) fungsi permintaan terhadap suatu komoditi dapat dibuat sebagai berikut:

$$Q_d = f(P, P_s, Y, T) \dots\dots\dots (2.3)$$

Di mana :

Q_d = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang itu sendiri

P_s = Harga barang/jasa substitusi

Y = Pendapatan perkapita

T = Selera konsumen

Kemudian fungsi permintaan (2.3) di atas dijadikan dalam persamaan bentuk linear sebagai berikut:

$$Q_d = a_0 + a_1P + a_2P_s + a_3Y + a_4T + e \dots\dots\dots (2.4)$$

Di mana:

Q_d = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang itu sendiri

P_s = Harga barang substitusi / alternative

Y = Pendapatan perkapita

T = Selera konsumen

a = Koefisien yang akan diestimasi oleh analisis regresi

e = Faktor pengganggu

Pada persamaan (2.4) a merupakan parameter (koefisien) yang akan diestimasi dan e merupakan faktor pengganggu. Dalam model ini perubahan dalam variable terikat (Q_d) untuk setiap unit perubahan pada variable bebas adalah konstan. Namun ada kasus di mana hubungan non-linear akan cocok dengan data yang akan dibandingkan dengan bentuk linear. Spesifikasi hubungan non linear yang paling sering dijumpai dalam persamaan permintaan adalah fungsi pangkat. Persamaan permintaan dalam fungsi pangkat adalah:

$$Q_d = a (P^{a_1}) (P_s^{a_2}) (Y^{a_3}) (T^{a_4}) \dots\dots\dots (2.5)$$

Untuk Mengestimasi parameter koefisien a_1 , a_2 , a_3 , dan a_4 dari persamaan (2.5) harus mentransformasikannya kedalam bentuk logaritma dari variable tersebut:

$$\log Q_d = \log a + a_1 \log P + a_2 \log P_s + a_3 \log Y + a_4 \log T \dots\dots\dots (2.6)$$

Estimasi koefisien kemiringan (a_1, a_2, a_3 , dan a_4) dalam persamaan (2.6) mewakili persentase perubahan atau elastisitas rata-rata sehingga keuntungan dan formulasi pangkat dari fungsi permintaan adalah estimasi koefisien yang langsung memperlihatkan elastisitas permintaannya.

5. Konsep Harga

Penetapan harga sebenarnya cukup kompleks dan rumit. Menurut para ahli bahwa harga, nilai dan faedah yang merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. Utility adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kualitatif tentang barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran.

Menurut Sukirno (1994:48) harga adalah suatu jumlah yang dibayarkan sebagai pengganti kepuasan yang sedang atau akan dinikmati dari suatu barang dan jasa yang diperjualbelikan. Harga merupakan perjanjian moneter terakhir yang menjadi nilai daripada suatu barang dan jasa.

Menurut Kadariah (1994:1), harga adalah tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukarkan dengan barang lain, harga ditentukan oleh dua kekuatan yaitu permintaan dan penawaran yang saling berjumpa dalam pasar (tiap organisasi tempat penjual dan pembeli suatu benda dipertemukan).

Kecenderungan menawar oleh pembeli dan penawaran penjualan, menurunkan harga bila terdapat kelebihan penawaran berarti terdapat tekanan ke bawah terhadap harga. Kecenderungan tawaran yang dianjurkan

oleh pembeli dan penjual untuk meminta harga lebih tinggi bila terdapat kelebihan permintaan berarti suatu tekanan ke atas terhadap harga. Suatu equilibrium berarti suatu keadaan berhenti atau keseimbangan diantara kekuatan yang berlawanan. Harga equilibrium adalah harga yang akan dicapai oleh pasar. Harga equilibrium bertahan sekali dicapai kecuali harga tersebut diguncang oleh sesuatu perubahan dalam kondisi pasar (Sukirno, 2002:149)

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu jumlah yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang dan jasa yang diukur dengan uang di mana harga tersebut terbentuk berdasarkan mekanisme pasar. Selain itu harga juga merupakan kemampuan suatu komoditi atau barang untuk ditukarkan dengan barang lain.

6. Konsep Harga Barang/Jasa Substitusi

Harga dari barang substitusi dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikan. Apabila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikan akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Sukirno (2002:80) menjelaskan hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan tiga golongan yaitu: (1) Barang lain itu pengganti, sesuatu barang dinamakan pengganti kepada barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang tersebut, (2) barang lain itu merupakan pelengkap, (3) barang netral.

Maksud dari barang pengganti adalah jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain yang bisa menggantikan fungsi barang tersebut

tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang yang tidak terjadi peningkatan harga tersebut. Jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang, maka barang ini harganya akan meningkat seiring dengan harga barang pelengkap dan begitu juga sebaliknya akan mengalami penurunan jika harga barang pelengkap turun. Hal ini disebabkan karena barang pelengkap ini akan berpengaruh terhadap permintaan barang itu sendiri.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain yang bisa menggantikan fungsi barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang yang tidak terjadi peningkatan harga tersebut. Jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang maka barang ini harganya akan meningkat.

Seiring dengan peningkatan harga barang pelengkap dan begitu juga sebaliknya akan mengalami penurunan harga jika barang pelengkap harganya turun. Hal ini disebabkan karena barang pelengkap ini akan berpengaruh terhadap permintaan barang itu sendiri.

Menurut Kadariah (1994:6) kurva permintaan terhadap suatu komoditi mempunyai slope yang menurun dari kiri atas ke kanan bawah, karena makin murah harga komoditi maka permintaan terhadap komoditi tersebut semakin meningkat apabila dibandingkan dengan komoditi lain yang disebut dengan substitusi. Perubahan yang sama dapat terjadi karena harga barang substitusi mengalami kenaikan maka barang tersebut akan

relatif murah dan akan dibeli dalam jumlah yang lebih banyak pada dua barang yang memiliki fungsi yang sama. Jika salah satu harga naik, maka akan menyebabkan permintaan akan barang lain menjadi lebih meningkat (Nicholson, 2001:95).

7. Konsep Pendapatan

Menurut Samuelson dan Nordhaus (1997:36), tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, di mana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran.

Selanjutnya, Samuelson dan Nordhaus (1997:258) mendefinisikan pendapatan sebagai berikut: “ Pendapatan menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti: (sewa, bunga dan deviden) serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang yang berguna untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana pendapatan ini diukur dengan

jangka waktu tertentu misalnya perhari, perminggu, perbulan, ataupun pertahun.

Pengaruh Pendapatan dengan Permintaan

Menurut BPS (2002:81): Pendapatan adalah total perolehan hasil usaha dalam suatu keluarga dibagi jumlah anggota keluarga yang mencakup perbandingan tingkat pengeluaran minimum dan pendapatan minimum perkapita. Menurut Lipsey (1991:128), apabila pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat, rumah tangga dapat diperkirakan untuk membeli lebih banyak komoditi walaupun harga komoditi tersebut tetap sama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan keseluruhan penghasilan yang diterima oleh seseorang dari usaha yang dilakukan. BPS dalam Susanti (2001:25) membagi pendapatan sebagai berikut:

- a. Pendapatan uang yaitu pendapatan yang berasal dari segi gaji dan upah, komisi dan hasil investasi.
- b. Pendapatan berupa barang yaitu pendapatan yang berasal dari bagian pembayaran upah dan gaji.
- c. Penerimaan yang bukan dari pendapatan, berupa pengambilan tabungan. Penjualan barang yang dapat dipinjami uang berhadiah dan warisan.

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting didalam menentukan corak permintaan keatas berbagai jenis barang dan jasa. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan keatas permintaan berbagai jenis barang dan jasa.

Pendapatan rata-rata masyarakat suatu daerah dapat dilihat dari jumlah pendapatan regional perkapita suatu daerah yang dapat dilihat pada PDRB tiap tahun.

Dengan melihat angka tersebut dapat dilihat bagaimana corak distribusi pendapatan penduduk daerah tersebut. distribusi pendapatan juga mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut dirubah corak distribusinya.

Menurut Pindyck (2003:115), efek pendapatan (*income effect*) yakni perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli, dengan harga relatif tetap konstan. Jadi dengan jumlah pendapatan yang diterima masyarakat maka dapat diukur seberapa besar jumlah permintaan masyarakat tersebut terhadap suatu jenis barang atau jasa. Semakin besar jumlah pendapatan masyarakat maka semakin besar pula proporsi pendapatan tersebut yang digunakan untuk konsumsi. Daya beli pendapatan tersebut dapat diukur dengan melihat seberapa banyak jumlah barang dan jasa yang dapat dibeli.

8. Konsep Selera

Menurut Sukirno (2003:83) cita rasa masyarakat (selera konsumen) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Di mana didesak oleh kebutuhan-kebutuhan atau keinginannya dalam menentukan jenis barang dan jasa yang hendak mereka

konsumsi. Karena itulah selera konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Selain itu selera konsumen ini dapat dipengaruhi oleh harga, pendapatan, kualitas barang tersebut dan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Perubahan dalam selera yang menguntungkan suatu komoditi menyebabkan pergeseran kurva permintaan ke kanan. Artinya, pada tiap tingkat harga akan dibeli jumlah yang lebih banyak (Kadariah,1994:6).

Karena penelitian difokuskan pada pengiriman barang, maka variabel selera konsumen digantikan oleh preferensi konsumen. Dalam Pyndick (2003:64) menyatakan,preferensi konsumen merupakan alasan-alasan orang lebih suka satu barang/jasa atau jasa lain.

9. Efek Substitusi dan Pendapatan

Dalam Pindyck (2003:114) menyatakan, Jatuhnya harga suatu barang mempunyai dua efek yaitu:

- a. Konsumen akan cenderung membeli lebih banyak barang yang harganya menjadi lebih murah dan membeli lebih sedikit barang-barang yang sekarang harganya menjadi lebih mahal. Respon terhadap perubahan relatif harga barang ini disebut *efek substitusi*.
- b. Karena salah satu barang sekarang harganya lebih murah, konsumen menikmati kenaikan daya beli riil. Mereka lebih untung karena dapat membeli jumlah barang yang sama dengan lebih sedikit uang dan karenanya mereka mempunyai sisa uang untuk membeli tambahan

barang. Perubahan permintaan yang diakibatkan oleh perubahan dalam daya beli riil disebut *efek pendapatan*.

Jadi, efek substitusi adalah perubahan dalam konsumsi suatu barang akibat perubahan harga barang tersebut, dengan tingkat utilitas yang tetap. Dan efek pendapatan adalah perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli, dengan harga relatif tetap konstan.

B. Temuan Sejenis

Hasil penelitian sejenis ini merupakan bagian yang menguraikan tentang beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dibawah ini dikemukakan beberapa hasil penelitian yang dilakukan dilapangan diantaranya:

1. Ronald Maulia (2009:99-101) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan barang di PT. Pelabuhan Indonesia II Cabang Teluk Bayur Padang (Persero)”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa tarif/ongkos angkutan laut berpengaruh signifikan dan negatif terhadap permintaan jasa angkutan barang di PT. Pelabuhan Indonesia II Cabang Teluk Bayur Padang (Persero). Sedangkan tarif/ongkos angkutan darat, pendapatan perkapita penduduk, dan jumlah penduduk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa angkutan barang di PT. Pelabuhan Indonesia II Cabang Teluk Bayur Padang (Persero) dengan asumsi *ceteris paribus*.
2. Salman Alfarizi (2009:88-90) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Depot Isi Ulang

(AMDIU) Di Kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo Kota Padang”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa Tingkat harga Air Minum Depot Isi Ulang (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Air Minum Depot Isi Ulang di Kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo Kota Padang. Sedangkan Tingkat harga air PDAM (X_2), Tingkat pendapatan (X_3), Selera konsumen (X_4), Jumlah anggota rumah tangga (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Air Minum Depot Isi Ulang di Kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo Kota Padang dengan asumsi *ceteris paribus*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang akan diteliti. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam penelitian ini adalah Harga/tarif pengiriman paket melalui kantor Pos, Harga/tarif barang substitusi (TIKI), selera konsumen dan pendapatan konsumen. Waktu dan tempat penelitian juga berbeda.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang diteliti. Sesuai dengan yang telah dikemukakan pada bagian terdahulu, bahwa permintaan dapat dipengaruhi oleh banyak variabel, diantaranya harga barang itu sendiri, harga barang substitusi, selera konsumen dan pendapatan konsumen. Fungsi permintaan menjelaskan sifat hubungan permintaan yang menunjukkan banyaknya kesatuan barang dan jasa yang akan

dibeli pada bermacam-macam kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu dan syarat tertentu.

Secara teori, permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh harga, sedangkan yang lainnya dianggap konstan atau *ceteris paribus*. Dalam penelitian ini penulis mempelajari tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang”.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos menyatakan bahwa adanya pengaruh antara biaya pengiriman paket melalui kantor Pos (X_1), biaya pengiriman paket melalui TIKI (X_2), preferensi konsumen (X_3), dan pendapatan konsumen (X_4) terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (Y).

Hubungan antara harga dengan kuantitas yang diminta adalah berbanding terbalik. Apabila harga naik maka kuantitas yang diminta turun, dan sebaliknya. Hubungan tersebut dinamakan “Hukum Permintaan”. Dalam hal penelitian ini, Biaya pengiriman paket melalui kantor Pos (X_1), diduga berpengaruh negatif terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos (Y). Karena apabila terjadi peningkatan tarif pengiriman paket melalui kantor Pos, maka biaya pengiriman juga akan meningkat sehingga permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos akan berkurang dan sebaliknya.

Jika salah satu harga naik, maka akan menyebabkan permintaan akan barang atau jasa lain menjadi lebih meningkat. Dalam hal penelitian ini, Biaya

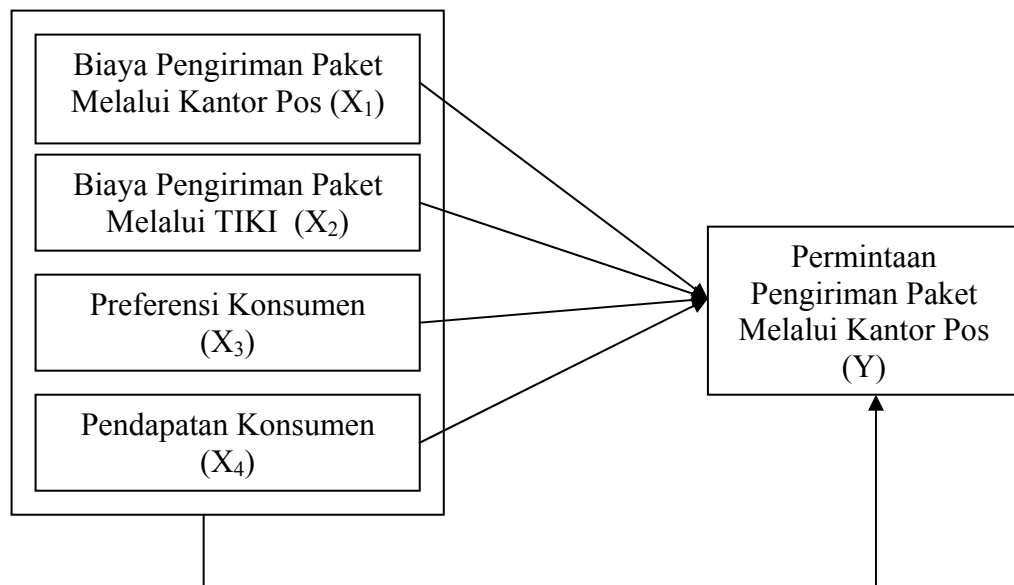
pengiriman paket melalui TIKI (X_2) juga diduga sebagai faktor yang ikut mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos. Apabila biaya pengiriman paket melalui TIKI mahal, maka permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos akan meningkat dan sebaliknya, apabila biaya pengiriman paket melalui TIKI semakin murah maka permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos akan semakin berkurang.

Selera konsumen memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang dan jasa. Dalam penelitian ini, selera konsumen merupakan preferensi konsumen (X_3) juga dianggap sebagai salah satu faktor yang ikut mempengaruhi permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos. Karena preferensi konsumen ini berhubungan dengan kepuasan dan alasan konsumen memilih jasa pengiriman paket. Indikator dari preferensi konsumen ini yaitu: pelayanan, kenyamanan, keamanan, jaminan dan kecepatan waktu pengiriman sampai ke alamat tujuan. Semakin cepat waktu pengiriman paket melalui kantor pos sampai ke tempat tujuan, maka permintaan pengiriman paket melalui kantor pos akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin lambat waktu pengiriman paket melalui kantor pos sampai ke tempat tujuan, maka permintaan pengiriman paket melalui kantor pos akan mengalami penurunan.

Apabila pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat, rumah tangga dapat diperkirakan untuk membeli lebih banyak barang atau jasa walaupun harga barang atau jasa tersebut tetap sama. Dalam penelitian ini, Pendapatan konsumen (X_4) juga dianggap ikut mempengaruhi permintaan pengiriman

paket melalui kantor Pos. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka akan semakin rendah permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos, karena semakin tingginya pendapatan akan meningkatkan daya beli seseorang.

Dari uraian di atas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual
Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengiriman paket
melalui kantor Pos**

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori, temuan sejenis dan kerangka konseptual di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Biaya pengiriman paket melalui kantor Pos mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Biaya pengiriman paket melalui TIKI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Preferensi konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

4. Pendapatan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.

$$H_0 : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \beta_4 \neq 0$$

5. Biaya pengiriman paket melalui kantor Pos, biaya Pengiriman paket melalui TIKI, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pengiriman paket melalui kantor Pos di kota Padang.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

$$H_a : \text{Salah satu koefisien regresi } \beta_i \neq 0$$

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan:

1. Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang ($\text{sig} = 0,045$) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,294 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi tingkat harga Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos maka akan menurunkan permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sebaliknya semakin rendah Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos maka semakin tinggi permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sumbangan secara parsial tingkat Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos (X_1) terhadap Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (Y) adalah sebesar 0,042 (4.20%) dengan Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen, dan Pendapatan Konsumen adalah tetap.
2. Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang ($\text{sig} = 0,024$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,306 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI maka semakin tinggi permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sebaliknya semakin rendah tingkat Biaya

Pengiriman Paket Melalui TIKI maka semakin rendah permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sumbangan secara parsial tingkat Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI (X_2) terhadap Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (Y) adalah sebesar 0,052 (5.20%) dengan Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Preferensi Konsumen, dan Pendapatan Konsumen adalah tetap.

3. Preferensi Konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (sig = 0,000) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,297 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi preferensi konsumen maka semakin tinggi permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sebaliknya semakin rendah preferensi konsumen maka semakin rendah permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sumbangan secara parsial tingkat Preferensi Konsumen (X_3) terhadap Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (Y) adalah sebesar 0,141 (14.10%) dengan Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, dan Pendapatan Konsumen adalah tetap.
4. Pendapatan konsumen (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (sig = 0,000) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,445 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin

tinggi permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sebaliknya semakin rendah pendapatan konsumen maka semakin rendah permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang. Sumbangan secara parsial tingkat Pendapatan Konsumen (X_4) terhadap Permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang (Y) adalah sebesar 0,174 (17.40%) dengan Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, dan Preferensi Konsumen adalah tetap.

5. Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen, dan Pendapatan Konsumen secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang ($\text{sig} = 0,000$) dengan asumsi faktor lainnya tetap atau *ceteris paribus*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen, dan pendapatan konsumen maka permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang juga meningkat. Sebaliknya semakin rendah Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen, dan pendapatan konsumen maka permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang juga menurun. sumbangan secara bersama-sama yang diberikan oleh Biaya Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos, Biaya Pengiriman Paket Melalui TIKI, Preferensi Konsumen dan Pendapatan Konsumen adalah sebesar 31,60% sementara sisanya 68,4%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti jumlah penduduk, dan ekspektasi yang tidak masuk ke dalam model penelitian ini. Sementara Tingkat hubungan variabel bebas secara bersama-sama adalah sebesar 0,562 (56,20%).

B. Saran

Dalam upaya meningkatkan permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang, maka kantor Pos yang ada di Kota Padang perlu memperhatikan saran-saran yang penulis peroleh berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos di Kota Padang, diantaranya:

1. Kantor Pos (PT. Pos Indonesia) yang berada di Kota Padang, agar dapat menyesuaikan tarif pengiriman paket dengan pendapatan konsumen sehingga terjangkau oleh konsumen sehingga permintaan Pengiriman Paket Melalui Kantor Pos akan meningkat.
2. Kantor Pos (PT.Pos Indonesia) harus selalu menjaga kualitas pelayanan, keamanan dan jaminan yang akan diberikan kepada konsumen sehingga biaya yang dibayarkan oleh konsumen setiap pengiriman sesuai dengan kepuasan dan manfaat yang diperolehnya.
3. Kantor Pos (PT. Pos Indonesia) harus lebih memperhitungkan jaminan atas barang atau paket kiriman. Jaminan sebaiknya diberikan tidak hanya sesuai dengan nilai ekonomis barang, namun lebih memperhitungkan nilai guna barang yang dikirimkan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen. 2005. *Buku Ajar Statistika 1*. Padang: FE UNP.
- Alfarisi, Salman. 2009. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Depot Isi Ulang Di Kecamatan Nanggalo Padang*. Skripsi. Padang: FE-UNP (Tidak Dipublikasikan)
- Arsyad, Licolin. 1995. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIE YPKN
- “Bab II Tinjauan Teori”, Artikel ini diakses dari internet dengan alamat websatite:<http://www.google.pengertian.pendapatan.dan.harga.pada.hari.Selasa,29.Desember.2009.Pkl.17.30>
- dwahjudi@peter.petraac.id. “Power dari Uji kenormalan data”, Artikel ini diakses dari internet dengan alamat websatite:<http://www.google.Kolmogorov-Smirnov.pada.hari.senin,18.Agustus.2010.Pkl.16.30>
- Gilarso. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi bagian Mikro Jilid 1*. Yokyakarta. Kaninus
- Gujarati, Damodar N. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan Sumarni Zein. Jakarta. Erlangga
- Kadariah. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: FE UI
- Lipsey, Ricard G dan Peter O. Steinger.1991. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Maulia, Ronald. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan di PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Cabang Teluk Bayur padang*. Skripsi.Padang: FE-UNP (Tidak Dipublikasikan)
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Nicholson. Walter. 2001. *Teori Ekonomi Mikro*. Penterjemah Deliarnov. Jakarta. PT.Raja Grafindo Persada
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2003. *Mikro Ekonomi*. Jakarta. PT.Indeks