

ANALISIS ELASTISITAS PERMINTAAN PRODUK TEMPE DI KELURAHAN SENDANG MULYASARI KECAMATAN TONGAUNA KABUPATEN KONAWE

Heriswanto¹, Radiasi Alam Kendek Membaka²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lakidende, Unaaha
Heriswanto.22@gmail.com

ABSTRAK

Sendang Mulya Sari merupakan Kelurahan penghasil Tempe yang terbesar di Kabupaten Konawe, dengan adanya industri tempe rumah-rumahan banyak masyarakat yang membuka usaha beraneka ragam menurut usia, pendapatan, dan tingkat pendidikannya. Menjual tempe dengan cara berlangganan di industri tersebut. Dengan masa COVID-19 hari ini industri ini menjadi salah satu peluang masyarakat Kabupaten Konawe untuk melangsungkan kehidupannya baik berlangganan langsung ataupun dengan sistem online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Elastisitas Permintaan Produk Tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu menganalisis data dengan cara induktif. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa menurut informan bahwa elastisitas permintaan produk tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari tergolong inelastis hal ini karena $E_d < 1$. Elastisitas Permintaan Tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari tergolong inelastis yaitu nilai d (permintaan) lebih besar dari 1 ($E_d = < 1$). Pada jenis elastisitas ini konsumen kurang peka terhadap perubahan harga. Artinya, meskipun harga naik atau turun, masyarakat akan tetap membelinya. Saran bagi produsen produk tempe hendaknya mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan tempe seperti faktor jenis produk, faktor harga, faktor selera, faktor pendapatan konsumen, faktor ketersediaan produk, dan kualitas produk.

Kata kunci: Elastisitas, Permintaan Produk

ABSTRACT

Sendang Mulya Sari is the largest tempe-producing village in Konawe Regency, with a home-based tempe industry, many people open businesses that vary according to age, income, and education level. Selling tempeh by subscribing to the industry. With the Covid-19 period today, this industry has become one of the opportunities for the people of Konawe Regency to carry out their lives, either by direct subscription or by an online system. This study aims to analyze the elasticity of demand for tempe products in Sendang Mulyasari Village, Tongauna District, Konawe Regency. The analytical tool used in this study is a qualitative descriptive method, which analyzes the data inductively. classified as inelastic, namely the value of d (demand) is greater than 1 ($E_d = < 1$). In this type of elasticity, consumers are less sensitive to price changes. That is, even if the price goes up or down, people will still buy it. Suggestions for tempe product producers should consider the factors that affect the elasticity of demand for tempe such as product type, price factor, taste factor, consumer income factor, product availability factor, and product quality.

Keywords: Elasticity, Product Demand

PENDAHULUAN

Perkembangan pangan saat ini di sebabkan oleh polapikir masyarakat dan inovasi makanan yang semakin beragam di masyarakat. Dengan dasar inilah maka dapat di katakana bahwa permintaan akan tempe sangat signifikan.

Kebutuhan konsumsi pokok salah satunya adalah kebutuhan akan protein yang baik untuk memenuhi kecukupan gizi yang diperlukan dalam proses pertumbuhan. Konsumsi bahan pangan masyarakat sehari-hari hendaknya memenuhi tiga kriteria diantaranya adalah kecukupan gizi, kecukupan kalori dan protein salah satunya adalah yang terdapat pada tempe. Saat ini Indonesia merupakan negara produsen kedelai keenam terbesar di dunia setelah negara-negara lain, sebanyak 50% dari konsumsi kedelai di Indonesia di produksi dalam bentuk tempe. Konsumsi tempe rata-rata perorang pertahun di Indonesia saat ini di duga 7,45 kg (Astawan M., Wresdiyati T., Widowati S., Bintari S.H., 2013).

Kabupaten Konawe memiliki kurang lebih 50 industri rumahan pembuat tempe yang tersebar di beberapa wilayah kabupaten Konawemenjajakan dagangannya di berbagai tempat dimana pedagang bisa menjangkau konsumen. Banyaknya pedagang tempe tersebut menjadi salah satu fakta bahwa tempe sangat diminati oleh banyak konsumen. Permintaan konsumen akan tempe dapat berubah-ubah. Tingkat ekspektasi atau harapan yang semakin tinggi, berdampak pada konsumen yang menuntut adanya kualitas lebih, maka produsen tempe di Kabupaten Konawe dituntut untuk dapat mempertahankan, dan meningkatkan produk sehingga dapat memicu permintaan konsumen agar lebih meningkat lagi dan menciptakan kepuasan konsumen setelah mengonsumsi tempe. Permintaan terhadap produk tempe berkaitan erat dengan kemampuan atau daya beli konsumen. Tiga peubah ekonomi yang cukup dominan sebagai determinan konsumsi tempe adalah pendapatan, harga dan selera (Suprayitno E., 2017).

Kelurahan Sendang Mulyasari di Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe kurang lebih 6 industri rumahan yang bergerak di pembuatan produk tempe yang masyarakatnya beraneka ragam menurut usia, pendapatan, dan tingkat pendidikannya. Kelurahan Sendang Mulyasari memiliki jumlah penduduk yang padat dengan tingkat penghasilan menengah ke bawah. Mengingat potensi tempe sebagai sumber makanan yang bergizi dan memiliki banyak manfaat lainnya serta kebutuhan masyarakat akan sumber protein, maka mendorong penulis untuk mengkaji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan tempe yang ada di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe.

KAJIAN TEORI

Lukman (2007:18) menyatakan bahwa permintaan (demand) terhadap suatu barang dan jasa dapat didefinisikan sebagai suatu hubungan antara sejumlah barang atau jasa yang di inginkan oleh konsumen untuk dibeli dipasar pada tingkat harga dan waktu tertentu.

Dalam menganalisis mengenai permintaan perlu di sadari perbedaan antara permintaan dengan jumlah barang yang diminta. Ahli ekonomi mengatakan bahwa permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga. Jadi permintaan merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Firdaus, 2009).

Elastisitas untuk mengukur kepekaan dari suatu variabel terhadap yang lainnya. Secara spesifik elastisitas adalah suatu bilangan yang menginformasikan kepada kita persentase perubahan terjadi pada satu variabel sebagai reaksi suatu perubahan satu persen pada satu variabel lain. apakah ini bereaksi cukup signifikan atau tidak (M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, 2010)

elastisitas adalah suatu bilangan yang menginformasikan kepada kita persentase perubahan terjadi pada satu variabel sebagai reaksi suatu perubahan satu persen pada satu variabel lain. apakah ini bereaksi cukup signifikan atau tidak (M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, 2010).

Menurut (Fair, 2007) Dalam ilmu ekonomi, dengan logika sederhana kita dapat mengetahui bagaimana perubahan dalam suatu variabel seperti harga, tingkat bunga cenderung mempengaruhi perilaku, Begitu juga sebaliknya, jika permintaan tempe mengalami penurunan maka akan terjadi pengurangan terhadap produktifitas tempe tersebut.

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Elastisitas permintaan

Jika kita mengambil keutusan dari uraian diatas, ternyata barang tertentu tidak memiliki elastisitas yang sama faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut :

1. Ketersediaan barang
Ketersediaan barang substitusi atau suatu barang dan jasa semakin tinggi tingkat kemampuannya mensubstitusi maka permintaan barang tersebut semakin inelastis.
2. Intensitas kebutuhan (desakan kebutuhan)
Kebutuhan pokok bersifat inelastis artinya semakin penting kebutuhan pokok itu semakin inelastis permintaannya artinya, meskipun harga naik masyarakat tetap membutuhkan dan tetap membelinya. Sebaliknya, barang mewah lebih bersifat elastis karna meski tidak diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup pembelinya dapat ditunda dan jumlah pembelinya banyak seandainya harga turun.
3. Pendapatan konsumen
Jika pendapatan konsumen relatif besar dibandingkan dengan harga barang, permintaannya inelastis. Sebaliknya, konsumen yang berpendapatan kecil dengan terjadinya perubahan harga sedikit saja akan mempengaruhi permintaan terhadap barang sehingga permintaan bersifat elastis.
4. Tradisi
Barang yang sudah menjadi kebiasaan (tradisi) untuk diperjuangkan, barang tersebut harganya akan naik. Orang akan tetap membelinya sehingga untuk barang ini permintaannya cenderung elastis.

Macam- macam Elastisitas Harga Permintaan

Adapun macam-macam elastisitas harga permintaan adalah sebagai berikut :

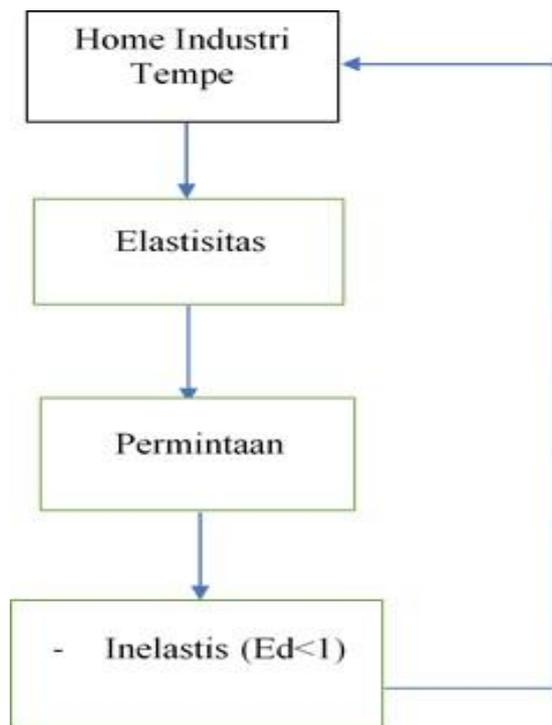
1. Permintaan Elastis
Apabila diperoleh $E_d > 1$, sipat permintaan dikatakan elastis. Hal ini berarti konsumen peka terhadap perubahan harga barang atau perubahan harga sebesar 1%. Barang – barang yang mempunyai sipat permintaan yang elastis adalah barang-barang yang mempunyai pengganti (substitusi dan barang-barang elektronik.
2. Permintaan Inelastis ($E_d < 1$)
Pada jenis elastisitas ini konsumen kurang peka terhadap perubahan harga. Artinya, meskipun harga naik atau turun, masyarakat akan tetap membelinya. Barang yang mempunyai elastisitas yang inelastis adalah barang-barang kebutuhan pokok dan barang-barang yang tidak mempunyai pengganti (substitusi) . $E_d < 1$ berarti perubahan harga sebesar 1 % menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta kurang dari 1%.
3. Permintaan Elastis Uniter ($E_d=1$)
Elastisitas permintaan ini mengandung arti bahwa perubahan harga sebesar 1% menyebabkan terjadinya perubahan jumlah barang yang diminta sebesar 1%.
4. Permintaan Elastis sempurna ($E_d= \infty$).

Suatu barang atau jasa disebut memiliki elastisitas sempurna jika memiliki koefisien elastisitas tak terhingga. Dengan demikian, pada harga tertentu jumlah yang diminta konsumen mencapai tidak terhingga atau berapapun persediaan barang atau jasa yang ada akan habis diminta oleh konsumen. Mencapai tidak terhingga atau berapapun persediaan barang atau jasa yang ada akan habis diminta oleh konsumen.

5. Permintaan Inelastis Sempurna ($E_d=0$)

Untuk barang yang penting sekali (kebutuhan yang sangat pokok), berapapun perubahan harga tidak akan mempengaruhinya jumlah barang yang diminta. Kurva untuk jenis elastisitas akan berbentuk garis lurus yang sejajar dengan sumbu vertikal (sumbu P).

Kerangka Penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu ke Enam industri Rumahan Tempedi kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe diantaranya sebagai berikut :

- a. Industri rumahan tempe Indo Jaya
- b. industri Tempe Sumber Baru
- c. Industri Tempe Ibu Nani

- d. Industri Tempe ibu Supatmi
- e. industri Tempe pak Mijan
- f. industri Tempe Pak Sumarsih

Sampel

Penelitian kualitatif bertolak dari asumsi tentang realitas atau fenomena sosial yang bersipat unik atau kompleks. Oleh karena itu, prosedur penentuan sampel yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (key informan) atau situasi sosial tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian (Bungin, 2003). Pendapat Adrian (2011:45) memberikan pedoman penentuan besarnya sampel penelitian, yaitu jumlah sampel dalam penelitian lebih besar dari 30 dan lebih kecil dari 500 telah mencukupi untuk semua penelitian. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebesar 30 responden para supplier tempe atau para penjual tempe keliling.

Dalam hal ini, fokus penelitian adalah tentang Analisis Elastisitas Permintaan Produk Tempe di kelurahan Sendang Mulyasari, sehingga untuk pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling* adalah menentukan sampel dengan ciri-ciri tertentu sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab persoalan yang ada.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data Kualitatif adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan para retailer atau pengecer langganan di keenam industri rumahan tempe di kelurahan sendang mulyasari kecamatan tongauna Kabupaten Konawe.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu dalam penelitian kualitatif teknik wawancara mendalam kepada para informan di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pemerintah setempat serta studi pustaka lain dengan buku-buku yang relevan dan artikel yang berhubungan dengan penelitian ini.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data di dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk pemecahan dan menganalisis permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik pengamatan atau observasi
Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung keadaan atau situasi dari subjek penelitian. Data hasil observasi bukan hanya dilihat dari sikap subjek penelitian saja, tetapi ada banyak faktor yang harus diperhatikan. Bisa dikatakan observasi ini merupakan teknik penelitian yang sangat kompleks, karena tidak hanya terpaku pada satu fenomena saja.
2. Wawancara mendalam (in-depth interview)
Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide).
3. Dokumentasi yaitu mencatat atau mengambil data yang telah di dokumentasikan.

Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai instrumen utama karena :

- a). Peneliti dapat berinteraksi dengan responden yang ada dan lingkungan yang ada, memiliki kepekaan dan dapat berinteraksi terhadap segala stimulus yang diperkirakan bermakna bagi penelitian.
- b). Peneliti dapat menyesuaikan diri terhadap semua aspek keadaan dan dapat memahami situasi dalam segala seluk beluknya.
- c). Peneliti dapat menyesuaikan, memahami dan menghayati secara konseptual atau melalui interaksi. Sehingga peneliti dapat menganalisis, menafsirkan dan merumuskan kesimpulan sementara dalam menentukan arah wawancara dan pengamatan selanjutnya terhadap responden untuk memperdalam atau memperjelas temuan penelitian.
- d). Peneliti memungkinkan dapat dapat menggali lebih jauh dan dalam tentang fenomena dan respon yang aneh dan menyimpang atau bahkan bertentangan dengan peneliti.

Metode Pengumpulan Data

Sumber data diperoleh dari hasil wawancara mendalam terhadap para pelanggan tempo yaitu secara langsung terhadap pewawancara dengan responden penelitian. Melalui metode ini diharapkan peneliti dapat mengetahui secara mendalam mengenai bagaimana elastisitas permintaan di kelurahan sendang mulyasari dan faktor – faktor apa yang mempengaruhi elastisitas permintaan.

Menurut (Sugiono, 2013), ada 3 macam wawancara yakni wawancara terstruktur, wawancara semistruktur dan wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semistruktur yaitu wawancara yang dilakukan secara lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya. Wawancara dilakukan secara terbuka dimana para subjeknya tahu bahwa mereka sedang di wawancarai dan mengetahui apa maksud wawancara sampai peneliti menemukan informasi.

Pada proses pengumpulan data, peneliti pada tahap awal mewawancarai narasumber pelanggan tempo di kelurahan sendang mulyasari, untuk narasumber akan ditentukan kemudian peneliti mewawancarai narasumber selanjutnya.

Metode Analisis

Metode analisis kualitatif merupakan kajian yang menggunakan data-data teks, persepsi, dan bahan-bahan tertulis lain untuk mengetahui hal-hal yang tidak terukur dengan pasti (intangible). Analisis data secara kualitatif bersipat hasil temuan secara mendalam melalui pendekatan bukan angka atau nonstatistik (Istijanto, 2008). Jadi, penelitian kualitatif tidak memiliki rumus atau aturan absolut untuk mengolah dan menganalisis data.

Penelitian kualitatif menggunakan analisis secara induktif karena beberapa alasan pertama, proses induktif dapat lebih menemukan kenyataan-kenyataan jamak yang terdapat pada data. kedua, analisis induktif lebih bisa membuat peneliti-koresponden menjadi eksplisit, dapat dikenal, dan akuntabel. Ketiga, analisis demikian lebih dapat menguraikan latar secara penuh dan dapat membuat keputusan tentang dapat atau tidaknya pengalihan suatu latar lainnya. Keempat, analisis demikian dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik.

Dalam penelitian kualitatif metode analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiono, 2013), Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif melalui proses data *reduction*, *data display*, dan *verification*.

Teknik Pengolahan data dan analisis data

- a). Koding

peneliti membaca dan mengidentifikasi topik penting seluruh hasil wawancara peneliti juga melakukan koding terhadap istilah-istilah atau penggunaan kata atau kalimat relevan dalam pemberian koding dari setiap klasifikasi.

b). Klasifikasi Data

klasifikasi data terhadap koding dilakukan sejauh mana satuan makna berhubungan klasifikasi data ini dilakukan untuk membangun kategori dari setiap klasifikasi

c). Kategorisasi Data

data yang telah diklasifikasi kemudian dibuat kategori jika dalam satuan kategori terlalu banyak data sehingga pencapaian saturasi akan lama maka dapat dibuat subkategori.

d). Menganalisis satuan makna dalam kategori

e). Mencari hubungan antar kategori

f). Membuat laporan dimana hasil analisis didekskriftikan dalam bentuk drap.

Validasi Data

Untuk mendapatkan tingkat kepercayaan atau kredibilitas yang tinggi sesuai dengan fakta dilapangan, maka validasi internal data penelitian dilakukan melalui teknik memberchek oleh responden setelah peneliti menuliskan hasil wawancara kedalam tabulasi data. Menurut (Sugiono, 2013), memberchek adalah proses pengecekan data setelah responden peneliti menuliskan hasil wawancara kedalam tabulasi data peneliti kepada pemberi data. Tujuan memberchek adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

Teknik memberchek sekaligus untuk menguji validitas eksternal untuk menguji tingkat *transferability*, bila pembaca mendapatkan gambaran dan pemahaman yang jelas untuk tentang konteks penelitian. maka peneliti dikatakan memiliki standar transperabiliti yang tinggi. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkan hasil penelitian ke populasi dimana sampel itu diambil.

Definisi operasional

Depinisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2005:126). Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah ukuran besarnya respon jumlah permintaan atau suatu barang terhadap perubahan variabel yang mempengaruhi, dihitung sebagai perubahan persentase jumlah permintaan dibagi dengan persentase variabel yang mempengaruhi variabel.

Elastisitas dapat diartikan sebagai besarnya perubahan dalam suatu variabel.

Besar kecilnya perubahan tersebut dinyatakan dalam koefisien elastisitas atau angka elastisitas yang disingkat E, yang dinyatakan dengan rumus berikut ini:

$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad \text{atau} \quad Ed = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

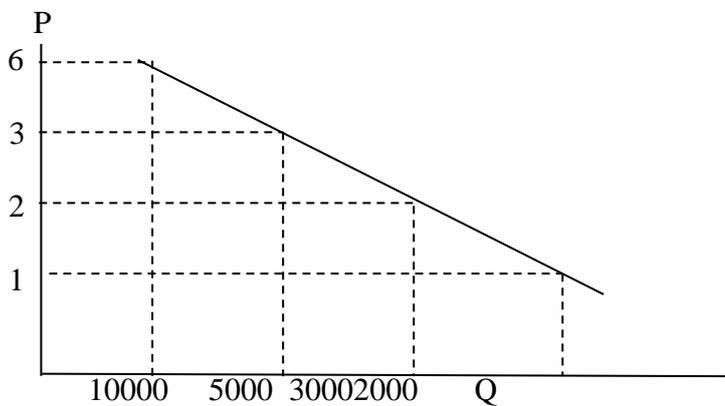
Keterangan :

- ΔQ = perubahan terhadap jumlah permintaan
- ΔP = perubahan dari harga barang
- P = harga awal
- Q = jumlah permintaan awal
- Ed = elastisitas dari permintaan.

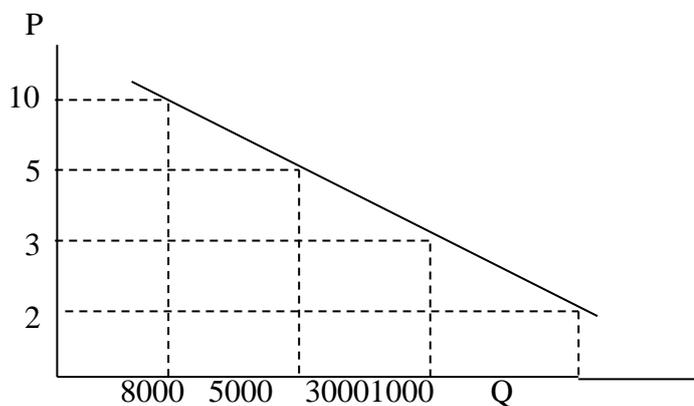
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berupa kutipan wawancara menjelaskan jawaban informan mengenai bagaimanakah elastisitas permintaan produk tempe di kelurahan sendang mulyasari. Adapun bagaimana elastisitas permintaan tempe di kelurahan sendang mulyasari dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

No	Harga (P)	Permintaan (Q)
1	RP. 2000	1
2	RP. 3000	2
3	RP. 5000	4
4	RP. 10000	8



Gambar Kurva Elastisitas Permintaan Tempe



Gambar Kurva .Elastisitas Permintaan Tempe

Dari kurva 1, dan kurva 2 .dapat diketahui bahwa pada saat harga tempe Rp. 10000 jumlah produk tempe yang diminta sebanyak 6 bungkus , kemudian harga turun menjadi Rp.8000 jumlah barang yang diminta sebanyak 10 bungkus.

Untuk mengetahui elastisitas Permintaan produk tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe dapat dilihat menggunakan rumus elastisitas permintaan sebagai berikut :

$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad \text{atau} \quad Ed = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Jawaban :

$$Ed = \frac{6}{10} \times \frac{100}{6} \text{ atau } \% \Delta Q = \frac{6}{6} \times 100 \% = 100 \%$$

$$Ed = \frac{100}{10} \% \Delta Q = \% \Delta Q = \frac{10}{100} \times 100 \% = 0.1$$

$$Ed = 0,1 \text{ (inelastis)}$$

$$\text{jadi } d = \frac{100 \%}{10 \%} = 0.1 \text{ (inelastis)}$$

Dari perhitungan diatas dapat kita ketahui elastisitas permintaan produk tempe di kelurahan sendang mulyasari tergolong inelastis yaitu nilai d (permintaan) kurang dari angka 1. Pada jenis elastisitas ini konsumen kurang peka terhadap perubahan harga. Artinya, meskipun harga naik atau turun, masyarakat akan tetap membelinya.

Menurut Hermawan (2017) menyatakan bahwa elastisitas permintaan suatu produk atau jasa mengalami perubahan permintaan dan harga .

Adanya perubahan permintaan produk tempe di kelurahan sendang mulyasari juga dalam penelitian ini sama seperti penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Wulandari (2017), dengan judul Analisis elastisitas permintaan jagung di JATENG. Yang mana hasil penelitiannya adalah bahwa elastisitas permintaan jagung di JATENG mengalami fluktuasi atau naik turun.

Permintaan mengalami kenaikan dapat dilihat dari tingkat penjualan dan, permintaan mengalami penurunan meskipun kenaikan harga tempe mengalami kenaikan namun harganya masih dapat dijangkau oleh konsumen, Hal ini karena dilihat dari ketersediaan bahan baku jika bahan baku berkurang maka permintaan dapat mengalami penurunan.

1. Faktor Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada/pembeli untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang ada dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2016).

Dalam kaitannya dengan permintaan, faktor produk mempunyai peran yang sangat penting karena terkait dengan keuntungan dan nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Jika keuntungan serta nilai yang dapat konsumen setelah mengkonsumsi produk sesuai atau bahkan lebih besar dari harapan mereka maka kemungkinan untuk membeli kembali atau memakai produk tersebut kembali akan lebih besar dan sebaliknya (Kotler, 2004). Pendapat ini didukung oleh kutipan jawaban dari ibu BD yaitu: *“ya tentu, karena tempe itu salah satu makanan pengganti ikan dengan sayur selain itu tempe juga memiliki gizi yang tinggi serta enak dan mudah didapatkan”*.

Dari kutipan hasil wawancara informan oleh ibu Bude, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan salah satu faktor dalam melakukan permintaan. Hal ini diperkuat oleh pendapat Kotler (2001) bahwa faktor produk mempunyai peran sangat penting karena terkait dengan keuntungan dan nilai yang ditawarkan kepada konsumen setelah mengkonsumsi produk sesuai atau bahkan lebih besar dari harapan mereka kemungkinan untuk membeli atau memakai produk tersebut kembali akan lebih besar dan sebaliknya.

2. Faktor Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk/jasa. Atau dengan kata lain harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan seseorang untuk memperoleh suatu barang atau jasa agar dikonsumsi demi memenuhi keinginan atau kebutuhannya.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan permintaan (Kotler & Keller, 2012). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Hasil wawancara dengan informan mengenai permintaan produk tempe disajikan dalam kutipan ibu AR berikut:

“Meskipun harganya naik tapi tidak beda jauh dari harga sebelumnya palingan beda 2 ribuan saja , oleh karena itu konsumen masih tetap membeli karna tempe juga merupakan makanan pokok yang bergizi bias dijadikan juga pengganti ikan dan sayur”.

Berdasarkan kutipan wawancara salah satu informan diatas memperlihatkan bahwa factor harga memang mempengaruhi elastisitas permintaan seseorang. Pernyataan ini didukung oleh pendapat dari (Kotler & Keller, 2012). Yang menyatakan bahwa harga salah satu factor penentu dalam melakukan permintaan, artinya semakin mahal harga suatu produk cenderung permintaan oleh konsumen semakin rendah, sebaliknya semakin murah atau terjangkau harga suatu produk maka semakin besar suatu permintaan.

3. Faktor Selera

Selera konsumen terhadap suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Jika selera konsumen terhadap barang tertentu meingkat maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat pula. Misalnya sekarang ini banyak orang yang mencari ayam karena pada saat ini memasuki bulan suci Ramadhan jadi selera konsumen akan barang tersebut tinggi maka permintaan akan meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dianalogikan bahwa jika banyak orang yang mencari produk tempe maka cenderung semakin besar tingkat permintan konsumen pada produk tempe. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa selera mempengaruhi konsumen terhadap permintaan produk tempe. Hasil wawancara mengenai factor selera terhadap tingkat permintaan produk tempe di sajikan dalam kutipan ibu AR di bawah ini: *“ ya, selera menurut saya sangat mempengaruhi ketika seseorang membeli produk tempe, apalagi masyarakat sekarang kalua membeli makanan sesuai dengan kandungan gisi yang terdapat pada suatu produk yang memang sangat penting atau dengan kata lain selera berdasarkan kualitasnya”.* Berdasarkan kutipan hasil wawancara diatas oleh ibu Ariyani dapat disimpulkan bahwa selera memang berpengaruh terhadap permintaan akan suatu produk. Pendapat tersebut sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Rakhmat (2010:251) bahwa selera konsumen terhadap suatu produk dan jasa dapat mempengaruhi jumlah barang yang kana diminta. Jika selera konsumen terhadap produk tertentu meningkat maka permintaan terhadap suatu produk tersebut akan meningkat pula.

4. Faktor Pendapatan Konsumen

Pendapatan adalah seluruh permintaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suratno 2000). Pendapatan konsumen sangat berpengaruh terhadap tingkat permintaan akan suatu produk hal ini semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula permintaan akan produk, begitu pula sebaliknya semakin rendah pendapatan seseorang maka akan semakin rendah pula permintaan akan suatu produk. Sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah satu informan oleh ibu BD dalam kutipan berikut ini: *“ya, tentu saja ketika pendapatan saya lagi banyak saya akan membeli tempe yang akan saya jual itu porsinya banyak tetapi jika saya melihat pendapatan saya sedang menurun maka tempe yang saya pesan pada Sendang Mulisyari tidak banyak.*

Berdasarkan kutipan salah satu informan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pendapat konsumen memang berpengaruh terhadap permintaan, hal ini didukung oleh pernyataan dari

(Kotler, 2004) bahwa factor pendapatan konsumen mempengaruhi suatu permintaan pembelian akan suatu produk, hal ini jika pendapatan konsumen seseorang dilihat dari aktivitas berbelanja, kegiatan sosial dan minat makanan atau selera seseorang.

5. Faktor Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk sangat terkait erat dengan distribusi produk, dimana produk yang dihasilkan atau ditawarkan oleh penjual disalurkan hingga sampai kepada konsumen akhir untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Beberapa saluran distribusi yang agar produk dapat sampai pada konsumen akhir adanya saluran distribusi tersebut memastikan bahwa ketersediaan produk selalu terpenuhi maka konsumen dapat dengan mudah memperolehnya.

Sehingga akhirnya mempengaruhi permintaan pada produk tersebut. Berdasarkan uraian ini maka dapat diketahui bahwa semakin banyak dan dekat saluran distribusi, maka semakin pula ketersediaan produk yang akan pada akhirnya berdampak pada semakin besar permintaan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil wawancara dengan informan mengenai factor ketersediaan produk terhadap permintaan diungkapkan oleh Ibu BD dalam kutipan jawaban sebagai berikut: *“ketersediaan produk tempe menurut saya sangat mempengaruhi suatu permintaan, khususnya permintaan pada tempe karena jika produk tempe ada terus otomatis konsumen akan lebih mudah membeli terus menerus produk tersebut karena mudah didapatkan dan harganya juga terjangkau.”*

Berdasarkan kutipan wawancara diatas maka dapat diketahui bahwa ketersediaan produk mempengaruhi suatu permintaan pernyataan ini didukung oleh pendapat dari (Kotler & Keller, 2012). Yang menyatakan bahwa ketersediaan produk merupakan salah satu factor penentu dalam melakukan permintaan.

6. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk, sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah (Kotler, 2004). Agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berulang-ulang. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan permintaan. Berikut kutipan wawancara ibu AR sebagai berikut, *“ ya, berpengaruh juga karena kualitas produk yang ada sekarang serta berbagai macam rasa dan model sangat mempengaruhi suatu permintaan”*.

Berdasarkan kutipan wawancara dari salah satu informan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan pembelian seseorang. Hal ini diperkuat oleh pendapat (Kotler, 2004) bahwa factor kualitas produk mempunyai peran yang sangat penting karena terkait dengan keuntungan serta nilai yang didapat konsumen setelah melakukan permintaan akan suatu produk.

Latar Belakang Memilih Profesi Pedagang Keliling

Setiap orang pasti mempunyai alasan atau latar belakang atas pilihan yang diambilnya, termaksud ketika seseorang memilih pekerjaan yang digelutinya. Menurut Sinumo (2005), setiap orang terlahir ke dunia dengan panggilan yang spesifik. Panggilan hidup itu dijalani setiap orang terutama melalui pekerjaannya. Secara natural, orang akan berhasil ketika dia menemukan dan melaksanakan panggilan jiwanya. Alasannya, setiap orang pasti dilengkapi potensi dan kemampuan untuk melakukan panggilan itu. Jadi orang yang terpanggil menjadi pedagang keliling misalnya sebenarnya sudah dilengkapi dengan bakat, ketekunan, dan hoby yang dia jalani.

Pada penelitian ini, ada berbagai latar belakang yang dijadikan oleh alasan oleh para responden memilih profesi pedagang keliling yang pertama karena hobi, kedua karena pendapatan yang yang didapatkan setiap hari meskipun jumlahnya tidak banyak tetapi dapat memenuhi kebutuhan, yang ketiga factor kebudayaan, dilihat dari factor Budaya pedagang sayur pada Sendang Mulyasari mayoritas suku Jawa itu sendiri.

Setidaknya pemilihan alasan menjadi pedagang oleh para responden dalam penelitian ini masih mencerminkan nilai-nilai kerja serta persepsi responden terhadap pedagang yang menjalankannya, hal ini didukung oleh perspektif pemikiran Holis dalam Farisi, dkk (2000). Yang menyatakan bahwa orientas inilai seseorang dalam pemilihan karir merupakan tanda racuan diri berkaitan dengan kepentingan, dan kebermaknaan suatu karir, pekerjaan atau jabatan berkarir seseorang.

Validasi Data

Dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah Valid, Reliabel, dan Objektif. Menurut (Sugiono, 2013), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian.

Pada penelitian, peneliti menggunakan dua macam validasi, yakni validasi internal dan validasi eksternal. Validasi internal data penelitian dilakukan melalui teknik *member check* oleh responden setelah peneliti menuliskan hasil wawancara kedalam tabulasi data.

Kemudian tabulasi data yang berisi hasil wawancara apa adanya kemudian dikategorisasikan oleh peneliti kedalam beberapa kategori, selanjutnya diinterpretasikan oleh peneliti menurut pemahaman peneliti terhadap hasil wawancara dengan responden tersebut. Selanjutnya hasil tabulasi data tersebut ditunjukkan kembali kepada responden sehingga responden tahu hasilnya inteprestasi peneliti apabila ada hasil inteprestasi peneliti yang tidak sesuai dengan maksud yang disampaikan oleh responden pada wawancara, maka responden berhak untuk meminta peneliti agar dapat diperbaiki. Namun apabila responden menyetujui hasil inteprestasi peneliti, maka responden dapat memberikan *member check* pada hasil tabulasi data peneliti, sebagai bukti keabsahan data.

Untuk menguji validitas eksternal, peneliti juga menggunakan sarana tabulasi data yang digunakan juga untuk *member check* pada saat yang sama pengujian validasi eksternal ini digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan dimana pengujian ini berfungsi untuk menunjukkan tingkat ketepatan dan dapat diterapkan nya hasil penelitian kepopulasi dimana sampel itu diambil. Bila pembaca mendapatkan, maka peneliti dikatakan memiliki standar ketepatan yang tinggi.

Berdasarkan hasil Analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini maka di peroleh kesimpulan yang sama dengan penelitian (Ulfa, 2011) : Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan berpengaruh terhadap permintaan produk tempe . Dengan demikian : Analisis Elastisitas Permintaan produk tempe berpengaruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Elastisitas Permintaan Tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari tergolong inelastis yaitu nilai d (permintaan) lebih besar dari 1 ($E_d = <1$). Pada jenis

elastisitas ini konsumen kurang peka terhadap perubahan harga. Artinya, meskipun harga naik atau turun, masyarakat akan tetap membelinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astawan M., Wresdiyati T., Widowati S., Bintari S.H., I. N. (2013). Karakteristik Fisikokimia dan Sifat Fungsional Tempe yang di Hasilkan dari Berbagai Varietas Kedelai. *Pangan*, 22(3), 2013.
- Bungin, B. (2003). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUANTITATIF*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fair, C. (2007). *PRINSIP-PRINSIP EKONOMI* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- Firdaus, A. (2009). *AKUNTANSI BIAYA* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Istijanto. (2008). *Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mendeteksi Dimensi-dimensi Kerja Karyawan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2004). *MARKETING MANAGEMENT*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *PRINCIPLES of MARKETING* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- M. Nur Rianto Al Arif, & Euis Amalia. (2010). *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Suprayitno E. (2017). *Dasar Pengawetan*. Malang: UB Press Universitas Brawijaya.
- Ulfa, A. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tempe di Desa Jomban Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Universitas Islam Negeri Jakarta*, 2011.