

## ANALISIS PERBANDINGAN DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP TEPUNG TERIGU KEMASAN PREMIUM DAN EKONOMIS DI PASAR CIAWITALI KABUPATEN GARUT

Riani Sri Rahayu<sup>1</sup>, Rifki Ibrahim<sup>2</sup>, Ira Murweni<sup>3</sup>

[24023123039@fekon.uniga.ac.id](mailto:24023123039@fekon.uniga.ac.id)<sup>1</sup>, [24023123019@fekon.uniga.ac.id](mailto:24023123019@fekon.uniga.ac.id)<sup>2</sup>, [iramurwenie@uniga.ac.id](mailto:iramurwenie@uniga.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Garut

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan daya beli konsumen terhadap tepung terigu kemasan premium dan ekonomis di Pasar Ciawitali Kabupaten Garut. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder berupa harga dan jumlah permintaan tepung terigu pada beberapa periode. Analisis dilakukan melalui perhitungan fungsi permintaan, fungsi penawaran, titik keseimbangan pasar, serta elastisitas silang untuk mengetahui hubungan antara kedua jenis produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan tepung terigu, baik kemasan ekonomis maupun premium, mengikuti hukum permintaan dengan hubungan negatif antara harga dan jumlah yang diminta. Penawaran kedua produk juga menunjukkan hubungan positif terhadap harga. Keseimbangan pasar diperoleh pada harga Rp 4,6 untuk kemasan ekonomis dan Rp 7,4 untuk kemasan premium, masing-masing dengan jumlah keseimbangan yang berbeda. Nilai elastisitas silang sebesar -12,79 menandakan bahwa kedua jenis tepung bersifat komplementer, sehingga kenaikan harga salah satu produk menyebabkan penurunan permintaan produk lainnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor dominan dalam memengaruhi daya beli konsumen, sementara kualitas produk turut memengaruhi preferensi terhadap tepung terigu kemasan premium.

**Kata Kunci:** Daya Beli, Tepung Terigu, Premium, Ekonomis, Permintaan, Penawaran, Elastisitas Silang, Pasar Ciawitali.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the comparison of consumer purchasing power for premium and economical packaged wheat flour in Ciawitali Market, Garut Regency. The method used is a descriptive quantitative method using secondary data in the form of prices and demand for wheat flour in several periods. The analysis was conducted by calculating the demand function, supply function, market equilibrium point, and cross-elasticity to determine the relationship between the two types of products. The results showed that the demand for wheat flour, both economical and premium packaging, followed the law of demand with a negative relationship between price and quantity demanded. The supply of both products also showed a positive relationship with price. Market equilibrium was obtained at a price of Rp 4.6 for economy packaging and Rp 7.4 for premium packaging, each with a different equilibrium quantity. The cross-elasticity value of -12.79 indicates that the two types of flour are complementary, so that an increase in the price of one product causes a decrease in demand for the other product. Overall, the results of this study indicate that price is a dominant factor in influencing consumer purchasing power, while product quality also influences preferences for premium packaged wheat flour.*

**Keywords:** Purchasing Power, Wheat Flour, Premium, Economical, Demand, Supply, Cross Elasticity, Ciawitali Market.

### PENDAHULUAN

Tepung terigu merupakan salah satu komoditas penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia karena menjadi bahan baku utama berbagai produk makanan seperti roti, mie, kue, dan makanan olahan lainnya. Permintaan terhadap tepung terigu di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya seiring dengan berkembangnya industri pangan dan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan ((BPS), 2023), konsumsi tepung terigu nasional mencapai peningkatan signifikan dalam lima tahun terakhir, terutama di wilayah Jawa Barat. Di Kabupaten Garut, khususnya di Pasar Ciawitali, fenomena yang menarik adalah adanya perbedaan perilaku dan daya beli konsumen terhadap tepung terigu kemasan premium dan ekonomis. Sebagian konsumen memilih tepung premium karena dianggap memiliki kualitas lebih baik dan menghasilkan produk makanan yang lebih lembut, sementara sebagian lainnya memilih tepung ekonomis karena harga yang lebih terjangkau dan sesuai dengan kemampuan ekonomi.

Perbedaan daya beli tersebut menunjukkan bahwa perilaku pembelian konsumen terhadap produk tepung terigu tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh persepsi terhadap kualitas, harga, dan citra produk. Faktor – faktor seperti harga yang lebih tinggi pada tepung premium dapat menjadi penghalang bagi sebagian konsumen, sedangkan perbedaan persepsi terhadap kualitas dan merek dapat mendorong sebagian konsumen lain untuk tetap membeli produk premium meskipun harganya relatif mahal. Penelitian (Ningsih, 2020) menunjukkan bahwa harga dan kualitas memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen terhadap produk tepung terigu di pasar tradisional. Hal ini diperkuat oleh (Amalia, 2021) yang menemukan bahwa citra merek dan persepsi kualitas memengaruhi keputusan pembelian produk tepung kemasan di Kota Bandung. Dengan demikian, jenis tepung terigu (premium dan ekonomis) menjadi variabel penting yang diduga memengaruhi variasi daya beli konsumen di pasar tradisional.

Fenomena perbedaan daya beli konsumen ini dapat pula dipengaruhi oleh karakteristik sosial ekonomi pembeli di Pasar Ciawitali. Konsumen dengan pendapatan menengah ke bawah cenderung lebih sensitif terhadap perubahan harga, sedangkan konsumen dengan pendapatan menengah ke atas lebih mempertimbangkan kualitas dan kepraktisan produk. (Herlina, 2022) menjelaskan bahwa perilaku konsumen di pasar tradisional Garut dipengaruhi oleh daya beli dan persepsi harga terhadap produk pangan olahan. Oleh karena itu, perbandingan antara tepung terigu kemasan premium dan ekonomis menjadi penting untuk diteliti karena dapat mencerminkan preferensi dan kemampuan ekonomi masyarakat lokal.

Beberapa penelitian telah meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk tepung, namun sebagian besar fokus pada satu merek tertentu atau pada aspek pemasaran seperti harga dan promosi. Misalnya, penelitian oleh (Aini, 2019) meneliti keputusan pembelian tepung merek Segitiga Biru, sementara penelitian (Sulastri, 2021) membahas perbandingan perilaku pembelian produk premium dan ekonomis di pasar modern dan tradisional, namun tidak secara spesifik menyoroti aspek daya beli konsumen. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai analisis komparatif daya beli konsumen terhadap produk tepung terigu berdasarkan jenis kemasannya di tingkat pasar tradisional daerah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha tepung terigu dalam menentukan strategi harga dan segmentasi produk, serta memberikan kontribusi akademik dalam memahami perilaku konsumen di pasar tradisional, khususnya

dalam konteks perbedaan daya beli terhadap produk pangan dengan kategori premium dan ekonomis di Kabupaten Garut.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Teori Permintaan dan Penawaran**

Menurut hukum permintaan, ketika faktor lain tetap atau *ceteris paribus*, kenaikan harga suatu barang akan menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta (Nisa, 2015). Dalam konteks tepung terigu, konsumen akan menyesuaikan pembelian berdasarkan perubahan harga, baik pada produk premium maupun ekonomis. Penawaran muncul ketika produsen atau distributor menyediakan sejumlah barang ke pasar pada tingkat harga tertentu, dan kenaikan harga biasanya meningkatkan jumlah produk yang ditawarkan (Anggraini & Prawoto, 2021).

Permintaan tepung terigu dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga produk, pendapatan konsumen, harga barang substitusi (misalnya tepung beras atau maizena), selera konsumen, serta jumlah populasi rumah tangga yang mengonsumsi (Rohmah, 2018). Faktor-faktor tersebut menjelaskan mengapa perbedaan harga antara produk premium dan ekonomis dapat memengaruhi keputusan pembelian di pasar tradisional seperti Pasar Ciawitali.

### **Teori Daya Beli Konsumen**

Daya beli merupakan kemampuan konsumen dalam memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari berdasarkan pendapatan serta tingkat harga barang tersebut (Khamtani, 2018 ). Semakin tinggi pendapatan masyarakat, semakin tinggi pula kemampuan mereka membeli tepung terigu, termasuk kemasan premium yang harganya relatif lebih mahal. Sebaliknya, konsumen dengan daya beli rendah cenderung memilih produk ekonomis untuk menghemat pengeluaran rumah tangga.

Penelitian (Suryani, 2021) menunjukkan bahwa daya beli memiliki hubungan erat dengan preferensi masyarakat terhadap jenis bahan pangan tertentu. Konsumen yang memiliki pendapatan lebih tinggi tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas, keamanan pangan, dan citra merek. Hal ini menjelaskan mengapa segmen premium tetap diminati sekalipun menghasilkan biaya yang lebih besar bagi konsumen.

### **Teori Perspektif Ekonomi dan Sosial Konsumen**

Istilah konsumen merujuk pada individu atau organisasi yang memutuskan untuk membeli suatu produk berdasarkan kebutuhan dan preferensi tertentu (Setiadi, 2019 ). Menurut teori perilaku konsumen, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor harga, pendapatan, manfaat produk, serta persepsi terhadap kualitas.

Dari perspektif sosial, perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu tetapi juga oleh lingkungan sosial, budaya, serta rekomendasi dari orang sekitar seperti pedagang maupun keluarga (Dewi, 2022). Dalam konteks Pasar Ciawitali, pedagang sering memberikan saran mengenai produk tepung yang cocok untuk berbagai kebutuhan seperti membuat kue, gorengan, atau roti sehingga memengaruhi pemilihan antara tepung kemasan premium dan ekonomis.

Teori ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan faktor lingkungan sosial karena dapat berpengaruh langsung pada keputusan pembelian konsumen, terutama pada wilayah pasar tradisional yang memiliki interaksi tinggi antara penjual dan pembeli.

### **Teori Kualitas Produk dan Preferensi Konsumen**

Kualitas produk merupakan persepsi konsumen mengenai mutu suatu barang berdasarkan atribut yang dilihat, dirasakan, atau dialami langsung, seperti tekstur tepung, kemasan, aroma, atau hasil olahan (Minor, 2002). Produk kemasan premium biasanya memiliki kualitas lebih tinggi karena proses produksi yang lebih ketat dan memiliki daya serap air atau protein yang lebih spesifik sehingga cocok untuk roti, pastry, atau produk premium lainnya.

Menurut penelitian (Mamuaya, 2024) kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sektor barang konsumsi cepat saji (FMCG). Ketika konsumen memprioritaskan hasil olahan, mereka cenderung memilih tepung terigu kemasan premium meskipun harganya lebih tinggi. Sebaliknya, konsumen yang lebih sensitif harga akan memilih produk tepung terigu kemasan ekonomis yang dianggap cukup memenuhi kebutuhan dasar.

### **Teori Harga dan Sensitivitas Konsumen**

Harga adalah faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Elastisitas harga permintaan menunjukkan seberapa besar perubahan permintaan akibat perubahan harga (Gultom, 2017). Tepung terigu ekonomis umumnya memiliki elastisitas lebih besar karena konsumen peka terhadap perubahan harga. Sementara itu, kemasan premium cenderung memiliki elastisitas lebih rendah karena pangsa konsumennya lebih mengutamakan kualitas dibandingkan harga.

Menurut (Apriande, 2014) pada industri tepung terigu yang bersifat oligopoli, produsen menetapkan diferensiasi harga untuk segmen berbeda. Dampaknya, konsumen memilih produk ekonomis saat harga naik, sedangkan konsumen dengan daya beli tinggi tetap memilih premium untuk mendapatkan kualitas terbaik.

### **Persepsi Konsumen terhadap Merek dan Kemasan**

Citra merek dan desain kemasan berperan penting dalam pembentukan persepsi kualitas konsumen. Penelitian (Levyda, 2022) menunjukkan bahwa atribut seperti merek terkenal dan desain kemasan yang menarik meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Dalam konteks tepung terigu, produk premium biasanya didukung oleh merek besar dan kemasan berkualitas tinggi, sehingga menambah nilai persepsi konsumen.

Peran persepsi ini menjelaskan perbedaan daya tarik antara tepung terigu kemasan premium dan ekonomis walaupun keduanya memiliki fungsi dasar yang sama sebagai bahan pangan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kuantitatif deskriptif, karena analisis difokuskan pada pengolahan data angka untuk menjelaskan hubungan antara perubahan harga suatu komoditas dengan perubahan jumlah permintaan komoditas lainnya. Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber data utama. (Umar, 2013) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui media perantara berupa laporan, arsip, tabel, maupun catatan historis.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2019), teknik dokumentasi merupakan proses pengumpulan data yang berasal dari dokumen tertulis, gambar, atau catatan yang telah ada sebelumnya dan relevan dengan masalah yang diteliti.

Selanjutnya, elastisitas silang digunakan untuk mengukur pengaruh perubahan harga suatu barang terhadap permintaan barang lain (Mankiw, 2018). Menggunakan rumus:

$$E_{XY} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \times \frac{P_Y}{Q_X}$$

Rumus tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan harga barang Y mampu memengaruhi jumlah permintaan barang X.

Selain menggunakan analisis elastisitas silang, penelitian ini juga memanfaatkan konsep dasar fungsi permintaan dan penawaran untuk melihat bagaimana perubahan harga dapat memengaruhi kondisi keseimbangan pasar pada komoditas tepung terigu kemasan ekonomis dan premium. Fungsi permintaan selalu memiliki hubungan negatif antara harga dan jumlah yang diminta (Samuelson, 2009). Rumus umum:

$$Q_d = \alpha - bP$$

yang menunjukkan bahwa jumlah permintaan ( $Q_d$ ) akan menurun ketika harga (P) meningkat, sesuai dengan hukum permintaan.

Sementara itu, fungsi penawaran memiliki hubungan positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan (Sukirno, 2016), dapat dituliskan dalam bentuk :

$$Q_s = c + dP$$

yang menyatakan bahwa jumlah penawaran ( $Q_s$ ) akan meningkat seiring kenaikan harga, sebagaimana dijelaskan dalam hukum penawaran.

Titik keseimbangan pasar ditentukan pada saat jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran :

$$(Q_d = Q_s)$$

yaitu kondisi di mana tidak terdapat kelebihan permintaan maupun kelebihan penawaran.

Melalui pendekatan tersebut, nilai keseimbangan harga dan jumlah yang terjadi pada pasar tepung terigu dapat diperoleh, kemudian digunakan sebagai dasar dalam analisis grafik untuk menunjukkan kurva permintaan dan penawaran. Rumus-rumus ini tidak digunakan sebagai analisis utama, melainkan sebagai landasan teoritis yang mendukung pembahasan mengenai perilaku harga dan permintaan pada kedua jenis tepung terigu yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat terhubung dengan konsep ekonomi mikro secara lebih komprehensif.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak pengolah data seperti Microsoft Excel. Excel digunakan untuk memudahkan proses perhitungan matematis, pengolahan angka, serta untuk menyajikan hasil analisis dalam bentuk grafik kurva permintaan dan penawaran apabila diperlukan. Seluruh tahapan pengolahan data dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan data, penyusunan tabel, perhitungan elastisitas, hingga interpretasi hasil. Dengan menggunakan metode analisis ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara kedua komoditas yang diteliti, serta dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi khususnya terkait penetapan harga dan respons pasar terhadap perubahan harga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Fungsi permintaan

**Tabel 1. Permintaan Tepung Terigu Kemasan Ekonomis**

Harga (Rp)	Jumlah Diminta (Kg)
10.000	48
11.000	40
9.000	52
11.500	41
10.000	44

Dik :  $P_1 = 11.500$        $Q_1 = 41$   
 $P_2 = 9.000$        $Q_2 = 52$

Jawab

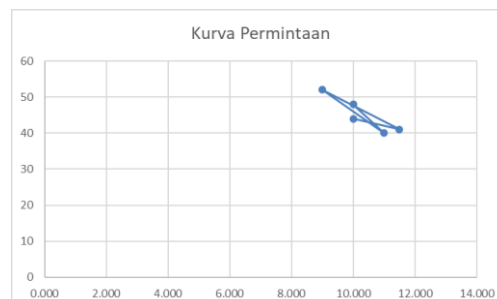
Rumus :  $\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$

$$\frac{Q - 41}{52 - 41} = \frac{P - 11.500}{9.000 - 11.500}$$

$$\frac{Q - 41}{11} = \frac{P - 11.500}{-2.500}$$

$$\begin{aligned} -2.500(Q - 41) &= 11(P - 11.500) \\ -2.500Q + 102.500 &= 11P - 126.500 \\ 102.500 + 102.500 &= 11P + 2.500Q \\ 205.000 &= 11P + 2.500Q \\ 205.000 - 11P &= 2.500Q \\ 2.500Q &= 205.000 - 11P \\ Q &= 82,0 - 0,0044P \end{aligned}$$

Dari perhitungan ditunjukkan bahwa  $Q = 82 - 0,004P$ . Hubungan antara harga dan jumlah permintaan adalah negatif koefisien harga bernilai negatif (-0,004), artinya setiap kenaikan harga sebesar Rp1.000 akan menurunkan permintaan sekitar 4 kg. Jadi, fungsi permintaan menunjukkan bahwa daya beli konsumen terhadap tepung terigu kemasan ekonomis di Pasar Ciawitali Kabupaten Garut sangat dipengaruhi oleh perubahan harga. Ketika harga naik, jumlah permintaan akan turun secara nyata, sehingga pedagang dan produsen harus memperhatikan kebijakan harga agar penjualan tetap stabil.



Gambar 1. Kurva Permintaan Tepung Terigu Kemasan Ekonomis

Berdasarkan kurva permintaan tepung terigu kemasan ekonomis dapat dilihat bahwa hubungan antara harga dan jumlah permintan bersifat berbanding terbalik. Terlihat dari titik-titik data pada grafik, dimana pada harga Rp 11.500 permintaan tercatat sekitar 41 kg, kemudian ketika harga turun menjadi Rp 10.000 jumlah permintaan meningkat menjadi 48 kg, dan semakin meningkat menjadi 52 kg ketika harga turun lebih jauh ke Rp 9.000. pola ini menunjukkan bahwa konsumen sangat responsif terhadap perubahan harga pada produk tepung terigu kemasan ekonomis yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, kurva permintaan ini menggambarkan berlakunya hukum permintaan, yaitu semakin rendah harga suatu barang maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta, dan sebaliknya.

**Tabel 2. Permintaan Tepung Terigu Kemasan Premium**

Harga (Rp)	Jumlah Diminta (Kg)
12.500	12
10.000	24
13.000	10
12.000	20
12.500	14

$$\begin{aligned} \text{Dik : } P_1 &= 13.000 & Q_1 &= 10 \\ P_2 &= 10.000 & Q_2 &= 24 \end{aligned}$$

Jawab

$$\text{Rumus : } \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

$$\frac{Q - 10}{24 - 10} = \frac{P - 13.000}{10.000 - 13.000}$$

$$\frac{Q - 10}{14} = \frac{P - 13.000}{-3.000}$$

$$-3.000 (Q - 10) = 14 (P - 13.000)$$

$$-3.000Q + 30.000 = 14P - 182.000$$

$$182.000 + 30.000 = 14P + 3.000Q$$

$$212.000 = 14P + 3.000Q$$

$$212.000 - 14P = 3.000Q$$

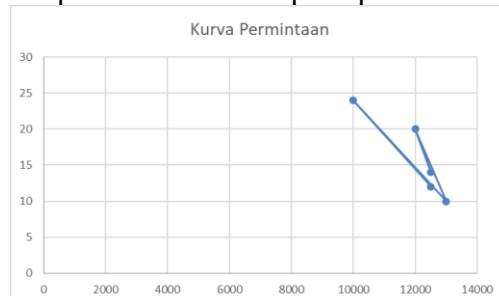
$$3.000Q = 212.000 - 14P$$

$$Q = 70,6 - 0,0046P$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh fungsi permintaan tepung terigu kemasan premium di Pasar Ciawitali Kabupaten Garut bersifat negatif. Hal ini ditunjukkan oleh persamaan permintaan  $Q = 70,6 - 0,0046P$ . Artinya, setiap kenaikan harga akan menyebabkan penurunan jumlah tepung terigu kemasan premium yang dibeli konsumen, meskipun penurunannya relatif kecil.

Nilai konstanta 70,6 menggambarkan potensi permintaan maksimum ketika harga mendekati nol, yang sekaligus menunjukkan bahwa permintaan tepung kemasan premium

di pasar ciawitali tersebut cukup tinggi. Konsumen tidak menghentikan pembelian ketika harga naik, tetapi hanya mengurangi jumlah yang dibeli. Hal ini sesuai dengan perilaku konsumen dalam pasar bahan pokok, bahwa pembelian tetap dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga maupun usaha kecil seperti produsen makanan.



Gambar 2. Kurva Permintaan Tepung Terigu Kemasan Premium

Kurva permintaan tepung terigu kemasan premium menunjukkan bahwa konsumen cukup sensitif terhadap perubahan harga pada tepung terigu jenis premium, meskipun tingkat permintaanya tidak sebesar tepung terigu kemasan ekonomis. Dengan kata lain, kurva ini menggambarkan bahwa hukum permintaan tetap berlaku pada produk premium, tetapi karakteristik konsumen menunjukkan bahwa mereka cenderung selektif dan mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian.

### Fungsi Penawaran

Tabel 3. Penawaran Tepung Terigu Kemasan Ekonomis

Harga (Rp)	Jumlah Ditawarkan (Kg)
8.000	30
9.000	37
10.000	45
11.000	52
12.000	59

Dik :  $P_1 = 8.000$        $Q_1 = 30$   
 $P_2 = 12.000$        $Q_2 = 59$

Jawab

Rumus :  $\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1}$

$$\frac{P - 8.000}{12.000 - 8.000} = \frac{Q - 30}{59 - 30}$$

$$\frac{P - 8.000}{4.000} = \frac{Q - 30}{29}$$

$$29(P - 8.000) = 4.000(Q - 30)$$

$$29P - 232.000 = 120.000 - 4.000Q$$

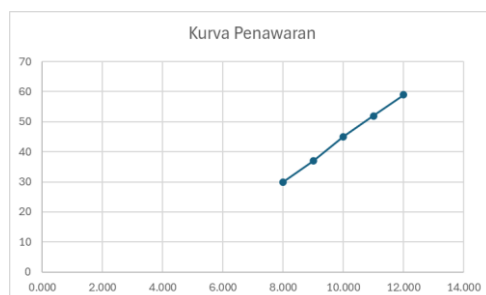
$$4.000 Q_d = 352.000 - 29P$$

$$Q_d = 88 - 0,007P$$

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa hubungan antara harga dan



jumlah penawaran tepung terigu kemasan ekonomis bersifat positif. Artinya, semakin tinggi harga yang berlaku di pasar, semakin besar jumlah tepung terigu yang ditawarkan oleh produsen atau pedagang. Hal ini terlihat pada tabel dan kurva penawaran, dimana ketika harga berada pada level Rp 8.000 jumlah yang ditawarkan hanya sekitar 30 kg, namun ketika harga meningkat bertahap hingga Rp 12.000 jumlah penawaran juga meningkat mencapai 59 kg. Hasil perhitungan fungsi penawaran menghasilkan persamaan  $Q_s = 88 - 0,007P$ , yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung antara perubahan harga dengan penawaran.



Gambar 3. Kurva Penawaran Tepung Terigu Kemasan Ekonomis

Kurva penawaran yang menaik dari kiri bawah ke kanan atas menggambarkan bahwa produsen termotivasi untuk menawarkan lebih banyak barang ketika harga naik, karena tingkat keuntungan yang diharapkan juga semakin besar. Dengan demikian, pola ini mencerminkan hukum penawaran, yaitu semakin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan ke pasar.

Tabel 4. Penawaran Tepung Terigu Kemasan Premium

Harga (Rp)	Jumlah Ditawarkan (Kg)
12.000	18
13.000	22
14.000	27
15.000	32
16.000	38

Dik :  $P_1 = 12.000$        $Q_1 = 18$   
 $P_2 = 16.000$        $Q_2 = 38$

Jawab

Rumus :  $\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1}$

$$\frac{P - 12.000}{16.000 - 12.000} = \frac{Q - 18}{38 - 18}$$

$$\frac{P - 12.000}{4.000} = \frac{Q - 18}{20}$$

$$\begin{aligned} 20(P - 12.000) &= 4.000(Q - 18) \\ 20P - 240.000 &= 40.000Q - 72.000 \\ 4.000Q_d &= 312.000 - 20P \end{aligned}$$

$$Q_d = 78 - 0,005P$$

Hasil perhitungan fungsi penawaran menghasilkan persamaan  $Q_s = 78 - 0,005P$ , yang mengarah pada kesimpulan bahwa kenaikan harga mendorong produsen untuk meningkatkan jumlah barang yang disediakan di pasar karena potensi keuntungan yang diperoleh juga meningkat. Dimana produsen cenderung lebih responsif dalam menambah pasokan ketika harga berada pada tingkat yang menguntungkan.



Gambar 4. Kurva Penawaran Tepung Terigu Kemasan Premium

Kurva penawaran tepung terigu kemasan premium menunjukkan bahwa semakin tinggi harga tepung terigu di pasar, semakin besar jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen maupun pedagang. Data pada kurva memperlihatkan bahwa ketika harga berada pada tingkat Rp 12.000, jumlah tepung terigu yang ditawarkan hanya sebesar 18 kg. Namun, ketika harga meningkat bertahap hingga Rp 16.000, jumlah penawaran juga naik mencapai 38 kg. Hal ini menggambarkan adanya hubungan positif antara harga dan jumlah penawaran.

### Keseimbangan Pasar

#### Ekonomis

Dik :  $Q_d = 92,6 - 0,0044P$

$$Q_s = 88 - 0,007P$$

Jawab :

$$92,6 - 0,0044P = 88 - 0,007P$$

$$-0,0044P + 0,007P = 92,6 - 88$$

$$0,003P = 4,6$$

$$P = 4,6$$

$$Q_d = 88 - 0,0044(4,6)$$

$$Q_D = 87,9$$

Berdasarkan perhitungan keseimbangan pasar tepung terigu kemasan ekonomis, diperoleh bahwa titik keseimbangan terjadi pada harga sebesar Rp 4,6. Pada tingkat harga tersebut, jumlah permintaan dan jumlah penawaran berada pada posisi yang sama, yaitu sekitar 87,9 kg. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada harga tersebut pasar berada dalam keadaan seimbang, dimana tidak terjadi kelebihan permintaan maupun kelebihan penawaran. Jika harga berada di bawah Rp 4,6 jumlah permintaan akan melebihi jumlah penawaran sehingga menimbulkan kekurangan barang. Sebaliknya, jika harga berada di atas Rp 4,6 jumlah penawaran akan lebih besar daripada jumlah permintaan

sehingga menimbulkan surplus barang. Oleh karena itu, harga Rp 4,6 merupakan harga yang paling efektif untuk menyeimbangkan pasar tepung terigu ekonomis.

### Premium

$$\text{Dik : } Q_d = 70,6 - 0,0046P$$

$$Q_s = 78 - 0,005P$$

Jawab :

$$70,6 - 0,0046P = 78 - 0,005P$$

$$-0,0046 + 0,005P = 78 - 70,6$$

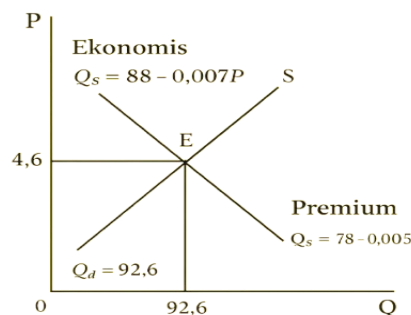
$$0,0004P = 7,4$$

$$P = 7,4$$

$$Q_D = 70,6 - 0,0046(7,4)$$

$$Q_D = 70,5$$

Untuk perhitungan tepung terigu kemasan premium, hasil perhitungan menunjukkan bahwa keseimbangan pasar dicapai pada harga sebesar Rp 7,4 pada titik ini, jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran yaitu sekitar Rp 70,5 kg. Sama seperti pada kemasan ekonomis, titik keseimbangan ini menggambarkan kondisi pasar yang stabil. Bila harga premium turun di bawah Rp 7,4 maka permintaan akan meningkat dan stok tidak mencukupi, sehingga terjadi kekurangan barang. Sebaliknya, jika harga naik melebihi Rp 7,4 maka penawaran akan lebih tinggi dari permintaan, sehingga terjadi kelebihan pasokan. Dengan demikian, harga Rp 7,4 merupakan harga yang optimal untuk menjaga keseimbangan pasar tepung terigu kemasan premium.



Gambar 5. Kurva Keseimbangan Pasar

Berdasarkan kurva keseimbangan pasar tepung terigu, titik pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran berada pada titik E, dengan harga keseimbangan sebesar 4,6 dan jumlah keseimbangan sebesar 92,6. Titik ini menunjukkan kondisi di mana jumlah tepung terigu yang diminta konsumen sama dengan jumlah yang ditawarkan produsen pada tingkat harga tersebut, sehingga pasar berada dalam keadaan seimbang. Pada sisi kiri kurva terlihat segmen Ekonomis, dengan fungsi penawaran :

$$Q_s = 88 - 0,007P$$

sedangkan sisi kanan menunjukkan segmen Premium :

$$Q_s = 78 - 0,005P$$

dengan fungsi penawaran. Kurva permintaan ditunjukkan oleh  $Q_d = 92,6$  yang berpotongan pada titik keseimbangan yang sama.

Interpretasi dari kurva ini adalah bahwa baik tepung terigu kemasan ekonomis maupun premium mencapai keseimbangan pasar pada titik harga yang sama, namun memiliki karakteristik penawaran yang berbeda. Kemasan ekonomis memiliki respon penawaran yang lebih sensitif terhadap perubahan harga dibandingkan kemasan premium, ditunjukkan oleh kemiringan kurva yang lebih tajam. Kondisi ini menggambarkan bahwa pada tingkat harga keseimbangan, pasar mampu menyerap seluruh jumlah produk yang ditawarkan, sehingga tidak terjadi kelebihan penawaran maupun kekurangan permintaan. Dengan demikian, harga 4,6 dan jumlah 92,6 dapat dikategorikan sebagai kondisi optimum yang mencerminkan keseimbangan pasar tepung terigu pada wilayah penelitian. Perhitungan elastisitas silang tepung terigu kemasan premium dan ekonomis :

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

$$= \frac{Q_{x2} - Q_{x1}}{P_{y2} - P_{y1}} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

$$E_{xy} = \frac{45 - 16}{10.300 - 12.000} \times \frac{12.000}{16} = -12,79$$

Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas silang antara tepung terigu kemasan premium dan tepung terigu kemasan ekonomis, diperoleh  $E_{xy}$  sebesar -12,79, di mana  $E_{xy} < 0$ . Nilai ini menunjukkan bahwa tepung terigu premium dan tepung terigu ekonomis adalah barang komplementer, karena elastisitas silang memiliki nilai negatif. Artinya, kenaikan harga y, permintaan terhadap barang x menurun. Dengan demikian, apabila harga barang y meningkat sebesar 1%, maka permintaan barang x diperkirakan akan menurun sekitar 12,79%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua barang tersebut dikonsumsi secara bersama, dan konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga yang terjadi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa daya beli konsumen terhadap tepung terigu kemasan ekonomis dan premium di Pasar Ciawitali dipengaruhi secara signifikan oleh perubahan harga. Permintaan kedua jenis tepung mengikuti hukum permintaan, di mana kenaikan harga menyebabkan penurunan jumlah pembelian, meskipun tepung ekonomis menunjukkan tingkat sensitivitas yang lebih tinggi dibandingkan tepung premium. Penawaran kedua jenis tepung juga bergerak positif terhadap harga, sehingga semakin tinggi harga, semakin besar jumlah barang yang ditawarkan pedagang. Titik keseimbangan pasar menunjukkan bahwa tepung terigu ekonomis mencapai keseimbangan pada harga sekitar Rp 4,6 dan premium pada Rp 7,4 dengan jumlah keseimbangan yang berbeda. Selain itu, nilai elastisitas silang yang negatif sebesar -12,79 menunjukkan bahwa kedua jenis tepung bersifat komplementer, sehingga perubahan harga salah satu produk berdampak pada penurunan permintaan produk

lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku pembelian di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pedagang menyesuaikan harga jual sesuai dengan kondisi pasar dan mempertimbangkan titik keseimbangan agar jumlah permintaan tetap stabil. Produsen dan distributor perlu menetapkan strategi harga yang lebih efektif, khususnya pada tepung ekonomis yang sangat sensitif terhadap perubahan harga, serta meningkatkan kualitas atau daya tarik tepung premium agar tetap diminati. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti pendapatan konsumen, preferensi kualitas, dan citra merek untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, pemerintah daerah dapat ikut berperan dalam mengawasi kestabilan harga tepung terigu dan memberikan pembinaan kepada UMKM terkait pemilihan bahan baku agar aktivitas produksi masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2023). Konsumsi tepung terigu per kapita menurut provinsi tahun 2023. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Aini, N. &. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tepung terigu merek Segitiga Biru di Kota Medan . *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , 122-132.
- Amalia, R. &. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian tepung terigu merek Kunci Biru di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 45-53.
- Anggraini, F., & Prawoto, N. (2021). Pengaruh harga dan pendapatan terhadap permintaan bahan pangan pokok. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Apriande, C. (2014). Analisis struktur, perilaku, dan kinerja industri tepung terigu di Indonesia . *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Pembangunan* .
- Dewi, A. (2022). Pengaruh faktor sosial dan budaya terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk pangan . *Jurnal Sosial Humaniora*.
- Gultom, Y. (2017). Analisis permintaan tepung terigu oleh rumah tangga . *Jurnal Ilmiah Agribisnis* .
- Herlina, T. &. (2022). Analisis perilaku konsumen terhadap produk pangan olahan di pasar tradisional Kabupaten Garut. *Jurnal Agribisnis dan Pangan* , 155-165.
- Khamtani, S. (2018 ). Daya beli masyarakat dan faktor-faktor yang memengaruhinya . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* .
- Levyda, L. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tepung terigu pada UMKM pangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* .
- Mamuaya, N. (2024). Investigating the impact of product quality, price sensitivity, and brand reputation on consumer purchase intentions in FMCG sectors . *International Journal of Business and Law Education* .
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Microeconomics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Minor, M. (2002). *Consumer Behavior Marketing* . McGraw-Hill.
- Ningsih, R. &. (2020). Pengaruh harga dan kualitas terhadap daya beli konsumen pada produk tepung terigu kemasan di Pasar Induk Padang. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 98-108.
- Nisa, F. (2015). Permintaan dan Penawaran dalam ekonomi mikro. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* .
- Rohmah, S. (2018). Analisis faktor yang mempengaruhi permintaan bahan pokok di Indonesia . *Jurnal Ekonomi Mikro*.
- Samuelson, P. A. (2009). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill.
- Setiadi, N. (2019 ). Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi dan sosial . *Jurnal Ilmu*

Ekonomi .

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. (2016). Mikroekonomi: Teori Pengantar. Jakarta : Rajawali Pers.

Sulastri, E. &. (2021). Analisis perbandingan perilaku pembelian konsumen terhadap produk premium dan ekonomis pada pasar tradisional dan modern di Indonesia. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis , 212-224.

Suryani, T. (2021). Daya beli masyarakat terhadap bahan pangan strategis . Jurnal Ketahanan Pangan Nasional.

Umar, H. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis . Jakarta: Rajawali Pers.