



## Analisis permintaan dan penawaran barang pokok dan non pokok

Suci Frisnoiry<sup>1</sup>, Tricinta Yospin Wina Harianja<sup>2</sup>, Srientika Simanullang<sup>3</sup>, Widya Riatama Pandiangan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Negeri Medan

<sup>1</sup>[sucifrisnoiry@unimed.ac.id](mailto:sucifrisnoiry@unimed.ac.id), <sup>2</sup>[tricintaywharianja@gmail.com](mailto:tricintaywharianja@gmail.com), <sup>3</sup>[srientikasimanullang@gmail.com](mailto:srientikasimanullang@gmail.com),

<sup>4</sup>[pandianganwidya@gmail.com](mailto:pandianganwidya@gmail.com)

### Info Artikel :

Diterima :

7 April 2023

Disetujui :

12 April 2023

Dipublikasikan :

25 April 2023

### ABSTRAK

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat membutuhkan barang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing baik barang pokok maupun non pokok. Masyarakat sebagai pembeli harus dapat menyesuaikan permintaan begitu juga masyarakat sebagai penjual harus dapat menyesuaikan penawaran. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis permintaan dan penawaran barang pokok dan non pokok di warung Gang Simalungun yang dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu harga barang, Kualitas Barang, Kebutuhan Sekitar. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif. Adapun teknik mengumpulkan data secara langsung wawancara kepada pemilik Warung tentang permintaan dan penawaran barang pokok dan non-pokok serta faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian ini semakin tinggi harga barang maka semakin meningkat penawaran dan semakin menurun permintaan. Semakin rendah harga barang maka semakin menurun penawaran dan semakin meningkat permintaan. Dapat disimpulkan Hukum permintaan adalah makin rendah harga barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan barang tersebut. Dan Hukum penawaran adalah makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan.

**Kata Kunci:** Permintaan, Penawaran, Kebutuhan masyarakat, Barang pokok dan non pokok

### ABSTRACT

*In everyday life, people need goods to meet their needs, both staple and non-basic goods. Communities as buyers must be able to adjust demand, and communities as sellers must adjust offers. This study aims to analyze the demand and supply of staple and non-staple goods at Gang Simalungun stalls which are influenced by several factors, namely the price of goods, the quality of goods, and the needs of the surroundings. This study used qualitative methods. As for the technique of collecting data, direct interviews with shop owners regarding the demand and supply of basic and non-staple goods and the factors that influence them. The results of this study are that the higher the price of goods, the greater the supply and the lower the demand. The lower the price of goods, the lower the supply and the greater the demand. The law of demand is that the lower the price of goods, the more demand for these goods. Conversely, the higher the price of an item, the less demand for that item. And the law of supply is that the higher the price of an item, the greater the quantity will be offered by sellers. On the other hand, the lower the price of a good, the less quantity of that good is supplied.*

**Keywords:** Demand, Supply, Community needs, Staple and non-essential goods



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia akan di optimalkan untuk mewujudkan tujuan dan meningkatkan keberhasilan Menurut Rochmawan (2008:4) Kebutuhan manusia banyak dan beraneka ragam, bahkan tidak hanya beraneka ragam tetapi bertambah terus tidak ada habisnya sejalan dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Satu kebutuhan telah kita penuhi, tentu akan datang lagi kebutuhan yang lainnya. Kebutuhan merupakan keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi, dan jika tidak dipenuhi akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidupnya atau bisa menimbulkan dampak negatif, contohnya minum obat bagi orang yang sakit, makan nasi bagi

orang yang lapar. Hal ini disebut sebagai kebutuhan karena apabila tidak dipenuhi maka bisa menimbulkan dampak negatif seperti sakitnya bertambah parah atau kondisi tubuh yang tidak nyaman akibat rasa lapar. (Rochmawan, 2008). Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap suatu barang dan jasa dalam usahanya untuk mempertahankan kehidupannya dimana pemuasannya dapat bersifat jasmani dan rohani. Keinginan merupakan suatu hal yang ingin kita miliki, namun apabila kita tidak berhasil mendapatkannya makan kelangsungan hidup kita sebagai manusia tidak akan terancam. Artinya kebutuhan bersifat utama sedangkan keinginan bersifat tambahan atau pelengkap dari kebutuhan utama. (Nurrofiq, 2015)

Di dalam kehidupan sehari-hari diperlukan barang pokok dan non pokok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Apabila kita bicara tentang barang tidak luput dari perdagangan. Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Dalam ilmu ekonomi sehari-hari terdapat permintaan (demand) dan penawaran (supply) yang saling mempengaruhi satu sama lain antara pembeli dan penjual. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada jumlah dalam waktu tertentu, sedangkan penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu. Barang yang dibutuhkan harus sesuai dengan kepuasan konsumen maka pembeli harus menyesuaikan permintaan dan penjual harus menyesuaikan penawaran. Permintaan dan penawaran memiliki hubungan yang erat satu sama lain untuk mendukung perdagangan. Apa saja faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran.

Dalam kehidupan sehari-hari diperlukan kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan non-pokok. Kebutuhan ekonomi merupakan kebutuhan pokok bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan ekonomi merupakan penentu kehidupan masyarakat dalam menjalani hidupnya, banyak kebutuhan pokok dan non-pokok yang bergantung pada penghasilan masyarakat melalui kegiatan ekonomi. Dalam perekonomian itu tidak terlepas dari permintaan dan penawaran, yang mana permintaan dalam ilmu ekonomi yang umum diartikan sebagai : keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan. Pengertian permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang di mana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang (Soeharno, 2012). Barang-barang yang memiliki kecenderungan seperti ini disebut barang normal. Nurjayanti menyatakan bahwa, jika harga suatu jenis barang berubah, perubahan ini memiliki dua efek yang berbeda pada pilihan-pilihan seseorang. Nurjayanti mencatat bahwa permintaan pasar atau permintaan agragat atas suatu komoditi menunjukkan jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu, pada berbagai harga alternatif oleh semua individu di dalam pasar. (Nurjayanti & Dewi, 2011).

Permintaan adalah kuantitas barang atau jasa yang ingin dibeli atau diminta oleh pembeli berdasarkan keadaan berbagai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang atau jasa tersebut pada periode tertentu. Sebagai contoh, jika dikatakan permintaan daging sapi berdasarkan harga di pasar-pasar tradisional kota Medan, maksudnya adalah kuantitas daging sapi yang dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga daging sapi tersebut yang berlaku pada hari atau bulan atau tahun tertentu di kota Medan. Demikian juga jika dikatakan permintaan daging sapi berdasarkan tingkat pendapatan per kapita masyarakat di pasar-pasar tradisional kota Medan, maksudnya adalah kuantitas daging sapi yang dibeli konsumen pada berbagai tingkat pendapatan per kapita masyarakat pada hari atau bulan atau tahun tertentu di kota Medan. (Sihotang, R.Siahaan, & L.Tobing, 2018).

Hendratno menjabarkan bahwa teori permintaan konsumen ini didasarkan pada teori perilaku konsumen (consumer behavior), dimana menunjukkan perilaku konsumen dalam menentukan konsumsi barang. Sedangkan permintaan sendiri merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Hendratno menerangkan bahwa, selain harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait pun ikut berpengaruh terhadap permintaan konsumen. Hendratno (2008) mencatat bahwa faktor lain yang berpengaruh terhadap permintaan adalah pendapatan. Permintaan menurut ahli ekonomi yaitu menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan, sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu, komoditas harga serta komoditas harga lain, pendapatan, selera, dan lain-lain (Arsyad & Firnawati, 2015). Fungsi permintaan ada dua, yaitu fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi kepuasan (fungsi permintaan Marshallian) yang diperoleh dari maksimisasi kepuasan dengan kendala berupa pendapatan, dan fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi pengeluaran (fungsi permintaan Hicksian) yang

diperoleh dari minimisasi pengeluaran dengan kendala berupa tingkat kepuasan. (Hendratno & Hapsari, 2008). Fungsi permintaan dapat mempengaruhi fungsi penawaran, hal tersebut terjadi karena adanya keseimbangan pasar. (Marlina & Ruhiat, 2018). Hukum permintaan adalah manakala keadaan dengan kondisi semua hal dianggap sama, ketika suatu harga barang naik, konsumen cenderung akan mengurangi permintaan kuantitas barang tersebut. Dengan kata lain, hubungan antara harga dan kuantitas barang akan cenderung berkebalikan satu sama lain (Dodge, 2014).

Penawaran adalah jumlah barang atau komoditi yang akan diproduksi dan ditawarkan untuk dijual dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat sosial dalam suatu pasar ekonomi. Penawaran menunjukkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh penjual selaku produsen kepada pembeli selaku konsumen. Penjual pasti ingin menjual atau menawarkan barang yang banyak pada harga yang tinggi. Penawaran datang dari pihak produsen. Dalam arti ekonomi, penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan penjual pada suatu pasar tertentu, periode tertentu dan pada tingkat tertentu. (Ummah, 2019). Penawaran pasar atas suatu produk menunjukkan total penawaran seluruh produsen yang ada di pasar, yang ditentukan oleh harga produk itu sendiri, harga produk lain, biaya produksi, teknologi, kebijakan pemerintah, besar pajak dan subsidi, dan lain-lain. Jika harga suatu produk semakin murah, maka jumlah penawaran produk tersebut oleh produsen akan semakin kecil, demikian sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif antara jumlah penawaran suatu produk dengan harganya dan jika digambarkan akan membentuk kurva penawaran. Nurjayanti menyatakan bahwa kurva penawaran (supply curve) menunjukkan jumlah barang yang produsen bersedia menjual dengan harga yang akan diterimanya di pasar dengan mempertahankan setiap faktor yang mempengaruhi jumlah penawaran agar tetap. (Nurjayanti & Dewi, 2011). Demikian halnya jika misalnya dikatakan penawaran daging sapi berdasarkan biaya memproduksi daging sapi di pasar-pasar tradisional kota Medan, maksudnya adalah kuantitas daging sapi yang dijual produsen pada berbagai tingkat biaya memproduksi daging sapi yang berlaku pada hari atau bulan atau tahun tertentu di kota Medan. (Sihotang, R.Siahaan, & L.Tobing, 2018).

Ardiyati menerangkan bahwa penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa: "Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan." Ardiyati (2011) mencatat bahwa harga berpengaruh positif terhadap jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan harga barang lain akan tergantung pada jenis barangnya, apakah substitusi atau komplementer. (Ardiyati & Alisa, 2011). Hukum Penawaran dideskripsikan ketika harga dari barang naik, mensyaratkan meningkatnya supplier dengan peningkatan kuantitas dari barang, dimana diasumsikan faktor-faktor lain dianggap konstan. (Dodge, 2014). Hukum penawaran berbunyi jika harga naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan meningkat, sebaliknya jika harga barang turun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun. (Dinar, 2018). Sehingga tujuan penelitian ini untuk menganalisis permintaan dan penawaran barang pokok dan non pokok di warung Gang Simalungun yang dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu harga barang, Kualitas Barang, Kebutuhan Sekitar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif bersifat penemuan. Tentang metode penelitian kualitatif, Creswell (2008) mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema. Dari data-data itu peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam. Sesudahnya peneliti membuat permenungan pribadi (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat sebelumnya. Hasil akhir dari penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Laporan tersebut agak fleksibel karena tidak ada ketentuan baku tentang struktur dan bentuk laporan hasil penelitian kualitatif. Tentu saja hasil penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan peneliti karena

data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti. Oleh karena itu, sebagian orang menganggap penelitian kualitatif agak bias karena pengaruh dari peneliti sendiri dalam analisis data (Semiawan, 2010). Setelah data diperoleh, akan dilakukan analisis mengenai permintaan dan penawaran pada suatu warung. Pada penelitian ini subjeknya adalah Warung gang Simalungun. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara Pemilik warung gang Simalungun. Wawancara dilakukan pada tanggal 25 Maret 2023 di Jalan Rel, Gang Simalungun no. 6. Wawancara pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui data yang dibutuhkan mengenai permintaan dan penawaran barang pokok dan non-pokok (yaitu : barang yang ditawarkan serta barang yang terjual serta factor yang mempengaruhi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi serta wawancara yang telah kami lakukan pada tanggal 25 Maret 2023, data yang telah kami dapat adalah sebagai berikut :

### Data Pemilik Warung

Nama : Listeddy Br. Pakpahan  
 Umur : 46 Tahun  
 Alamat : Gang Simalungun, Jl. Rel, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara  
 Pengasilan :  $\pm Rp$  1.000.000

### Permintaan dan Penawaran Barang Pokok 1 Minggu

**Tabel 1 Permintaan dan Penawaran Barang Pokok**

No.	Nama Barang	Penawaran	Permintaan
1.	Beras	30 kg	29 kg
2.	Minyak	16 kg	12 kg
3.	Gula	15 kg	10 kg
4.	Telur	20 kg	19 kg

Sumber : Data diolah oleh penulis

### Wawancara

Pewawancara : Baik Ibu , dari data yang kami ketahui disini barang yang ditawarkan dan diminta lebih banyak pada beras. Mengapa demikian Ibu ?  
 Ibu Listeddy : Iya memang benar, Beras lebih banyak terjual karena itu merupakan permintaan masyarakat banyak sebab beras kebutuhan pokok yang lebih penting, begitu juga saya menjualnya dengan kualitas beras yang bagus dan sesuai harga terjangkau disekitar sini.  
 Pewawancara : Begitu ya Bu, Begitu juga bu telur juga permintaannya banyak itu karena apa ya Bu?  
 Ibu Listeddy : Iya, telur juga banyak permintaannya karena disekitar sini kebanyakan anak kost yang dimana membutuhkan harga yang relative terjangkau, saya menjual telur ini sesuai pasaran.

### Permintaan dan Penawaran Barang Non-Pokok

**Tabel 2 Permintaan dan Penawaran Barang Non-Pokok**

No.	Nama Barang	Penawaran	Permintaan
1.	Mie Indomie	80 Pcs	60 Pcs
2.	Sabun Mandi	40 Pcs	25 Pcs
3.	Sabun cuci	60 Pcs	30 Pcs

Sumber : Data diolah oleh penulis

### Wawancara

Pewawancara : Dari data yang kami peroleh bu, ternyata bahan non-pokok itu sedikit permintaannya, itu karena apa ya Bu?  
 Ibu Listeddy : Ohh iya, itu karena kebutuhan non-pokok disekitar sini tidak terlalu dibutuhkan, begitu juga kebutuhan itu tidak habis sekali pakai seperti sabun, jadi pembelian tiap minggu jarang.

Dalam ilmu ekonomi sehari-hari terdapat permintaan (demand) dan penawaran (supply) yang saling mempengaruhi satu sama lain antara pembeli dan penjual. Dari hasil penelitian yang kami wawancara ada beberapa yang mempengaruhi permintaan dan penawaran yaitu : Harga barang, Kualitas barang, dan kebutuhan di sekitar.

#### **Faktor yang mempengaruhi Permintaan**

1. Keinginan/kebutuhan masyarakat terhadap suatu barang berbeda-beda sesuai pendapatan dan berubah-ubah sesuai kebutuhan. Jika masyarakat telah memilih suatu barang maka akan mempengaruhi jumlah permintaan suatu barang tersebut.
2. Banyaknya peminat pada suatu barang. Jika banyak yang berminat pada barang tersebut maka akan menaikkan harga barang juga akan ikut meningkat.
3. Pendapatan. Semakin besar tingkat pendapatan maka semakin tinggi permintaan masyarakat untuk membeli.
4. Kualitas barang. Jika barang bernilai baik maka pembeli akan memilih barang yang kualitas bagus.
5. Harga terjangkau/sesuai pasaran. Apabila harga naik pembeli akan mencari barang lain yang dapat menggantikan barang tersebut, sebaliknya jika harga turun maka pembeli cenderung menambah pembelian atas barang tersebut/pindah penjual.

#### **Faktor yang Mempengaruhi Penawaran**

1. Harga Barang tersebut jika harga barang semakin tinggi, tentu jumlah penawaran juga akan tinggi. Harga barang yang tinggi membuat penjual untuk memperbanyak menjual barang tersebut, sehingga dapat menjual lebih banyak barang dan mendapat keuntungan yang banyak. Sedangkan semakin rendah harga barang, maka penjual akan semakin sedikit menjualnya.
2. Biaya Faktor Produksi saat biaya produksi suatu barang turun, produsen akan semakin besar melakukan penawaran. Sedangkan jika biaya produksi barang sangat tinggi, maka produsen hanya membuat beberapa jenis saja dari produk tersebut.
3. Tingkat Teknologi dimana saat proses produksi, pasti menggunakan teknologi untuk pengerjaannya. Semakin maju teknologi, tentu bisa mengefisienkan waktu dan meningkatkan produktivitas barang. Alhasil, jumlah barang akan semakin besar. Efisiensi ini akan membuat biaya produksi lebih rendah, sehingga barang yang ditawarkan akan bertambah. (Sukirno, 2013)

#### **Faktor Permintaan antara barang Pokok dan Non-Pokok**

Permintaan barang pokok lebih banyak daripada barang non-pokok karena sesuai dengan kebutuhan di sekitar lebih membutuhkan barang pokok, dari hasil wawancara serta data yang kami peroleh permintaan lebih banyak pada barang pokok, begitu juga pengaruh pendapatan sekitar juga mempengaruhi permintaan barang pokok dan non pokok, yang dimana kebanyakan mahasiswa disekitar warung yang lebih mementingkan barang pokok.

Dari data serta hasil diatas terdapat faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran oleh dari beberapa penelitian yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah harga serta faktor lain yang dapat disederhanakan faktor non harga meliputi harga barang lain yang terkait, harga faktor produksi, biaya produksi, teknologi, jumlah pedagang tujuan perusahaan serta kebijakan pemerintah. Adapun faktor-faktor yang mendorong permintaan suatu barang adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan perkapita, selera konsumen, jumlah penduduk, perkiraan harga mendatang, distribusi pendapatan dan usaha produsen meningkatkan pendapatan. (Asniwati, Muh.Nawawi, Suminto, & Ningsih, 2013).

Sedangkan menurut menurut pedagang pasar Bintoro Demak, permintaan dipengaruhi oleh beberapa hal: pertama, perilaku konsumen (selera konsumen). Kedua, Ketersediaan dan harga barang sejenis pengganti dan pelengkap. Ketiga, Pendapatan (penghasilan) konsumen. Keempat, Perkiraan harga di masa depan, Barang yang harganya diperkirakan akan naik, maka orang akan menimbun atau membeli ketika harganya masih rendah. Kelima. Intensitas kebutuhan konsumen. Faktor yang mempengaruhi penawaran terhadap suatu barang adalah: pertama, biaya dan teknologi. Biaya dan teknologi adalah dua konsep yang sangat erat berkaitan satu sama lain. Kedua, Jumlah penjual. Jumlah penjual memiliki dampak langsung terhadap penawaran makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu makin tinggi penawaran. Ketiga, dugaan tentang masa depan. Aspek dugaan atau ekspetasi terhadap masa depan mencakup dugaan mengenai perubahan harga dari barang

tersebut. Keempat, Kondisi alam. Kondisi alam seperti terjadi banjir, gempa bumi dan sebagainya. Bisa mengakibatkan penawaran barang-barang tertentu berkurang seperti barang-barang hasil pertanian dan lain sebagainya. (Kasdi, 2016)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan ekonomi merupakan penentu kehidupan masyarakat dalam menjalani hidupnya, banyak kebutuhan pokok dan non-pokok yang bergantung pada penghasilan masyarakat melalui kegiatan ekonomi. Permintaan dan penawaran terhadap barang pokok dan non-pokok pasti mengalami penurunan dan peningkatan karena faktor yang mempengaruhi yaitu harga barang, kualitas barang, serta kebutuhan pembeli. Dari data kami peroleh Semakin tinggi harga barang maka semakin meningkat penawaran dan semakin menurun permintaan. Semakin rendah harga barang maka semakin menurun penawaran dan semakin meningkat permintaan. Dapat disimpulkan Hukum permintaan adalah makin rendah harga barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan barang tersebut. Dan Hukum penawaran adalah makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyati, & Alisa. (2011). enawaran Daging Sapi Di Indonesia (Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi 2014). Tesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Program Magister Perencanaan Dan Kebijakan Publik. Universitas Indonesia.
- Arsyad, & Firnawati Ayu. (2015). Analisis Permintaan Jasa Pelayanan Kesehatan Khusus BPJS Rumah. Universitas Hasanuddin Makassar, 39.
- Asniwaty Besse, Muh. Nawawi, Suminto, & Ningsih Armini. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Barang dan Jasa Kawasan Perbatasan Pulau Sebatik Indonesia - Tawau, Malaysia. IRWNS, 4-5.
- Dinar Hasan Muhammad. (2018). Pengantar Ekonomi: Pengantar dan Aplikasi. Makassar: CV. Nur Lina.
- Dodge. (2014). Ekonomi Mikro. Graha Ilmu. (In S. M. Dyah Sawitri Prof. Dr.,) harian. (2021 Desember 1). Retrieved from Kabar. : Kumparan: <https://kumparan.com/>
- Hendratno, & Hapsari Ella. (2008). Analisis Permintaan Ekspor Karet Alam Indonesia Di Negera Cina. Skripsi. Bogor: Program Studi Ekonomi Pertanian Dan Sumber Daya, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kasdi Abdurrohman. (2016). Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar. BISNIS, 28-30.
- Marlina Emas, & Ruhiat Dadang. (2018). Penerapan sub pokok fungsi pada matematika ekonomi terhadap fungsi permintaan dan fungsi penawaran. AKURAT Jurnal Ilmiah Akuntansi, 90-96.
- Nurjayanti, & Dewi Eka. (2011). eramalan Penawaran Dan Permintaan Beras Pada Era Otonomi Daerah Di Kabupaten Sukoharjo. Tesis. Surakarta: Program Studi Magister Agribisnis, Program Pasca Sarjana, Universitas Sebelas Maret.
- Nurrofiq. (2015, Maret 12). *Permasalahan Ekonomi Dalam Kaitannya Dengan Kebutuhan Manusia, Kelangkaan dan Sistem Ekonomi*. Retrieved February 20, 2017: <http://aunurrofiq46.blogspot.co.id>
- Rochmawan. (2008). Pengantar Ekonomi Mikro. Semarang: Anindya. Semiawan R. Conny. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Gracindo.
- Sihotang Jusmen, R. Siahaan Santi, & L. Tobing Juliana. (2018). PENGANTAR MIKROEKONOMI. MEDAN: Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Soeharno. (2012). Teori Mikroekonomi. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Sukirno Sadono. (2013). Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ummah. (2019). Permintaan dan Penawaran. Sumber. Belajar. kemdikbud.go.id.