

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Persepsi

Persepsi merupakan proses seseorang dalam menerima, memilih, mengorganisasikan, dan memberikan interpretasi terhadap suatu informasi yang diperoleh melalui lingkungan sekitarnya. Dalam konteks perdagangan, persepsi pedagang dapat diartikan sebagai penilaian atau pemahaman pedagang terhadap kondisi pasar, perubahan harga, serta faktor-faktor yang memengaruhi aktivitas perdagangan yang mereka jalankan.

Menurut Robbins dan Judge (2021), persepsi merupakan proses individu dalam menginterpretasikan informasi yang diterima sehingga menghasilkan pemahaman tertentu terhadap suatu objek atau kejadian. Perbedaan persepsi antarindividu dapat terjadi karena adanya perbedaan pengalaman, pengetahuan, kepentingan, dan kondisi lingkungan.

Dalam aktivitas perdagangan komoditas pertanian, persepsi pedagang menjadi penting karena pedagang merupakan pelaku yang berhubungan langsung dengan perubahan harga di pasar. Pedagang memperoleh informasi harga melalui pengalaman transaksi, hubungan dengan pemasok, pengamatan terhadap permintaan konsumen, serta kondisi persaingan antar pedagang. Oleh karena itu, persepsi pedagang dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang dianggap paling memengaruhi perubahan harga komoditas pertanian.

2.1.2 Pedagang Pasar Tradisional

Pedagang merupakan salah satu pelaku utama dalam sistem pemasaran yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Dalam sistem agribisnis, pedagang berperan dalam kegiatan distribusi, pengumpulan, penyimpanan, dan penyaluran produk pertanian kepada konsumen akhir.

Menurut Kotler dan Armstrong (2021), pedagang atau perantara pemasaran memiliki fungsi penting dalam menciptakan efisiensi distribusi karena membantu memperlancar perpindahan barang dari produsen menuju konsumen.

Pedagang pasar tradisional memiliki karakteristik tertentu, yaitu melakukan transaksi secara langsung dengan konsumen, menggunakan sistem tawar-menawar, serta sangat dipengaruhi oleh kondisi pasokan dan permintaan pasar. Dalam perdagangan komoditas pertanian, pedagang menghadapi berbagai risiko seperti perubahan harga, kerusakan produk, keterlambatan pasokan, serta perubahan selera konsumen.

Pasar tradisional juga menjadi tempat penting dalam pemasaran komoditas pertanian karena sebagian besar produk pangan segar masih dipasarkan melalui saluran tersebut. Keberadaan pedagang pasar tradisional membantu menyediakan kebutuhan pangan masyarakat sekaligus menjadi sumber pendapatan bagi pelaku usaha kecil.

2.1.3 Harga Komoditas Pertanian

Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang dan menjadi indikator utama dalam kegiatan ekonomi. Dalam sektor pertanian, harga memiliki peranan penting karena menentukan pendapatan petani, keuntungan pedagang, serta kemampuan konsumen dalam memperoleh kebutuhan pangan.

Menurut Mankiw (2021), harga terbentuk melalui mekanisme pasar yang dipengaruhi oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Apabila jumlah barang yang tersedia meningkat sementara permintaan tetap, maka harga cenderung mengalami penurunan. Sebaliknya, apabila jumlah barang terbatas sementara permintaan meningkat, maka harga akan mengalami kenaikan.

Komoditas pertanian memiliki karakteristik harga yang cenderung berfluktuasi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Produksi dan ketersediaan pasokan

Jumlah produksi pertanian akan menentukan jumlah barang yang tersedia di pasar. Produksi yang meningkat dapat menyebabkan pasokan bertambah sehingga harga mengalami penurunan.

2. Permintaan konsumen

Perubahan tingkat konsumsi masyarakat dapat memengaruhi harga komoditas pertanian. Peningkatan permintaan akan menyebabkan harga meningkat apabila tidak diikuti dengan peningkatan pasokan.

3. Musim dan kondisi cuaca

Faktor alam sangat berpengaruh terhadap produksi pertanian. Kondisi cuaca buruk dapat menyebabkan penurunan produksi sehingga harga meningkat.

4. Biaya distribusi dan transportasi

Biaya pengangkutan dari daerah produksi menuju pasar dapat memengaruhi harga jual karena biaya tersebut menjadi bagian dari biaya pemasaran.

5. Kualitas produk

Komoditas dengan kualitas lebih baik biasanya memiliki harga jual lebih tinggi dibandingkan dengan produk dengan kualitas rendah.

2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Komoditas Pertanian

Harga komoditas pertanian dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal dalam sistem agribisnis. Faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Faktor Produksi

Produksi merupakan faktor utama yang menentukan jumlah pasokan komoditas di pasar. Apabila produksi mengalami penurunan akibat gagal panen, serangan organisme pengganggu tanaman, atau perubahan iklim, maka ketersediaan barang berkurang dan menyebabkan harga meningkat.

b. Faktor Permintaan

Permintaan konsumen menjadi faktor penting dalam menentukan harga. Peningkatan permintaan tanpa diikuti peningkatan pasokan dapat menyebabkan kenaikan harga.

c. Faktor Distribusi

Distribusi yang panjang dan kurang efisien dapat meningkatkan biaya pemasaran sehingga berpengaruh terhadap harga jual komoditas.

d. Faktor Biaya Transportasi

Kenaikan biaya transportasi akibat meningkatnya harga bahan bakar atau jarak distribusi yang jauh dapat meningkatkan harga komoditas di tingkat pasar.

e. Faktor Musim

Produksi pertanian sangat bergantung pada musim. Pada saat produksi melimpah harga cenderung turun, sedangkan ketika produksi rendah harga cenderung meningkat.

f. Faktor Informasi Pasar

Informasi mengenai harga, jumlah pasokan, dan permintaan sangat memengaruhi keputusan pedagang dalam menentukan harga jual.

2.1.5 Pasar Lokal dan Mekanisme Pembentukan Harga

Pasar lokal merupakan tempat berlangsungnya kegiatan jual beli antara pedagang dan konsumen dalam wilayah tertentu. Pasar lokal memiliki karakteristik berupa hubungan langsung antara penjual dan pembeli, adanya proses tawar-menawar, serta penyesuaian harga berdasarkan kondisi pasar.

Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2021), pasar rakyat memiliki fungsi ekonomi dan sosial karena menjadi pusat distribusi kebutuhan masyarakat serta mendukung aktivitas ekonomi masyarakat kecil.

Dalam pasar lokal, pembentukan harga komoditas pertanian tidak hanya ditentukan oleh mekanisme ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan sosial antara pedagang, pemasok, dan konsumen. Pengalaman pedagang dalam membaca kondisi pasar menjadi faktor penting dalam menentukan strategi harga.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan perbandingan

serta sebagai dasar untuk menemukan kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait persepsi pedagang terhadap faktor-faktor yang memengaruhi harga komoditas pertanian di pasar lokal.

Penelitian Halawa dan Fauzi (2026) dengan judul “Persepsi Petani terhadap Risiko Harga Terong di Kuranji” menunjukkan bahwa perubahan harga komoditas pertanian menjadi salah satu risiko utama yang dihadapi pelaku agribisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan harga dipengaruhi oleh kondisi pasar, jumlah pasokan, serta ketidakstabilan produksi. Penelitian ini memiliki keterkaitan karena sama-sama mengkaji persepsi pelaku agribisnis terhadap perubahan harga komoditas pertanian.

Maulana, Soedarto, dan Fitriana (2026) melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Pedagang Sayuran dan Buah terhadap Pasar Induk Surabaya Sidotopo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang memiliki persepsi terhadap kondisi pasar berdasarkan faktor pasokan, informasi harga, serta keberlangsungan aktivitas perdagangan. Penelitian ini menjadi referensi penting karena memiliki kesamaan objek kajian yaitu persepsi pedagang dalam aktivitas perdagangan komoditas pertanian.

Wibowo et al. (2022) melalui penelitian “Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri” menemukan bahwa keberadaan pasar dan perubahan kondisi perdagangan memengaruhi strategi pemasaran pedagang tradisional. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pedagang perlu melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan pasar, termasuk perubahan harga dan perilaku konsumen.

Rizkika dan Afriyatna (2023) dalam penelitian “Penetapan Harga Jual dan Risiko Pemasaran Produk Pangan Segar di Pasar Online Kota Palembang” menjelaskan bahwa harga jual produk pertanian dipengaruhi oleh biaya pemasaran, risiko distribusi, serta kondisi permintaan pasar. Penelitian ini mendukung penelitian yang akan dilakukan karena membahas faktor-faktor yang berhubungan dengan pembentukan harga komoditas pertanian.

Putra (2025) dalam penelitian “Analisis Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Buah Semangka di Pasar MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan” menjelaskan bahwa strategi pemasaran komoditas pertanian dipengaruhi oleh perilaku konsumen, kualitas produk, dan harga. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu faktor penting dalam aktivitas perdagangan komoditas pertanian.

Affan (2023) melakukan penelitian mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayuran di Pasar Tradisional Aek Nabara Kecamatan Bilah Hulu”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan pedagang sayuran dipengaruhi oleh faktor harga jual, jumlah penjualan, modal usaha, serta kondisi pasar. Penelitian ini berkaitan karena pedagang komoditas pertanian sangat bergantung pada perubahan harga dalam menentukan pendapatan usaha.

Yudha et al. (2023) melalui penelitian “Daya Tarik Konsumen terhadap Pasar Modern Versus Pasar Tradisional” menjelaskan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan harga di pasar tradisional dapat memengaruhi perilaku pembelian konsumen dan strategi pedagang.

Mahendra dan Mamilianti (2020) dalam penelitian “Persepsi Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Premium” menemukan bahwa harga dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen. Walaupun penelitian berfokus pada konsumen, hasil penelitian tersebut dapat mendukung pemahaman mengenai hubungan harga dengan perilaku pasar.

Yeum et al. (2026) melalui penelitian “Pengaruh Harga Jual Sayur dan Permintaan Konsumen terhadap Pendapatan Penjual Sayur di Pasar Wosi Manokwari” menunjukkan bahwa harga jual dan tingkat permintaan konsumen memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang sayuran. Penelitian ini memperkuat bahwa perubahan harga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh pedagang komoditas pertanian.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian telah membahas mengenai harga komoditas pertanian, risiko harga, strategi pemasaran, dan perilaku pedagang. Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi pedagang mengenai faktor-faktor yang memengaruhi harga komoditas pertanian pada pasar lokal tertentu, khususnya di Pasar Gelugur. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana persepsi pedagang terhadap faktor pembentuk harga komoditas pertanian di Pasar Gelugur.

Tabel Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Fokus Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
1	Halawa & Fauzi	2026	Risiko harga komoditas pertanian	Menjelaskan persepsi pelaku agribisnis terhadap perubahan harga
2	Maulana et al.	2026	Persepsi pedagang sayuran dan buah	Berhubungan langsung dengan persepsi pedagang
3	Wibowo et al.	2022	Kinerja pemasaran pasar tradisional	Menjelaskan kondisi pasar dan strategi pedagang
4	Rizkika & Afriyatna	2023	Harga jual dan risiko pemasaran	Menjelaskan faktor pembentuk harga
5	Putra	2025	Strategi pemasaran buah	Menjelaskan hubungan harga dan pemasaran
6	Affan	2023	Pendapatan pedagang sayuran	Menjelaskan pengaruh harga terhadap usaha pedagang
7	Yudha et al.	2023	Perilaku konsumen pasar	Menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pasar
8	Mahendra & Mamilianti	2020	Persepsi konsumen terhadap harga	Mendukung kajian persepsi harga
9	Yeum et al.	2026	Harga jual dan permintaan	Menjelaskan faktor harga terhadap pendapatan pedagang

2.3 Kerangka Pemikiran

Harga komoditas pertanian merupakan salah satu aspek penting dalam sistem agribisnis karena berhubungan langsung dengan aktivitas perdagangan, pendapatan pedagang, serta kemampuan konsumen dalam memperoleh kebutuhan pangan. Harga komoditas pertanian pada pasar lokal mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal dalam sistem pemasaran.

Pedagang sebagai salah satu pelaku utama dalam rantai pemasaran memiliki pengalaman langsung dalam menghadapi perubahan harga komoditas pertanian. Setiap pedagang memiliki persepsi berdasarkan pengalaman, informasi pasar, hubungan dengan pemasok, serta kondisi permintaan konsumen. Persepsi tersebut dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang dianggap paling berpengaruh terhadap perubahan harga komoditas pertanian.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, faktor-faktor yang diduga memengaruhi harga komoditas pertanian di Pasar Gelugur meliputi:

1. Ketersediaan Pasokan

Ketersediaan pasokan merupakan jumlah komoditas pertanian yang tersedia untuk dipasarkan. Ketika pasokan meningkat akibat musim panen, harga cenderung mengalami penurunan. Sebaliknya, ketika terjadi kekurangan pasokan akibat gagal panen atau gangguan produksi, harga cenderung meningkat.

2. Permintaan Konsumen

Permintaan konsumen berpengaruh terhadap pembentukan harga di pasar. Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap suatu komoditas akan menyebabkan peningkatan harga apabila tidak diikuti oleh peningkatan jumlah pasokan.

3. Kondisi Musim dan Cuaca

Komoditas pertanian sangat dipengaruhi oleh kondisi alam. Perubahan cuaca yang ekstrem dapat menghambat proses produksi sehingga berdampak terhadap ketersediaan barang dan perubahan harga.

4. Biaya Transportasi

Biaya transportasi menjadi salah satu komponen biaya pemasaran yang dapat memengaruhi harga jual komoditas. Semakin tinggi biaya distribusi dari

daerah produksi menuju pasar, maka semakin besar kemungkinan harga jual mengalami peningkatan.

5. Kualitas Komoditas

Kualitas produk seperti kesegaran, ukuran, kondisi fisik, dan daya tahan produk menjadi pertimbangan dalam menentukan harga. Komoditas dengan kualitas lebih baik biasanya memiliki harga jual yang lebih tinggi.

6. Distribusi dan Rantai Pemasaran

Panjang pendeknya rantai distribusi dapat memengaruhi harga komoditas pertanian. Semakin panjang rantai pemasaran, maka semakin besar biaya yang dikeluarkan sebelum produk sampai kepada konsumen.

7. Informasi Pasar

Informasi mengenai harga, jumlah pasokan, dan kondisi permintaan membantu pedagang dalam menentukan harga jual. Keterbatasan informasi dapat menyebabkan perbedaan harga antar pedagang. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, penelitian ini akan menganalisis bagaimana persepsi pedagang terhadap faktor-faktor yang memengaruhi harga komoditas pertanian di Pasar Gelugur.

2.4 Hipotesis Penelitian (Jika Menggunakan Pendekatan Kuantitatif)

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah:

H₀: Diduga faktor ketersediaan pasokan, permintaan konsumen, musim/cuaca, biaya transportasi, kualitas komoditas, distribusi, dan informasi pasar tidak berpengaruh terhadap persepsi pedagang mengenai harga komoditas pertanian di Pasar Gelugur.

H₁: Diduga faktor ketersediaan pasokan, permintaan konsumen, musim/cuaca, biaya transportasi, kualitas komoditas, distribusi, dan informasi pasar berpengaruh terhadap persepsi pedagang mengenai harga komoditas pertanian di Pasar Gelugur.