

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam menganalisis suatu masalah mengenai permintaan rokok elektrik di Kota Tasikmalaya, penelitian ini perlu mengetahui teori yang relevan mengenai variabel yang berkaitan dengan suatu masalah yang nantinya agar mendukung proses penelitian.

2.1.1 Permintaan

Permintaan diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang diminta (mampu dibeli) seseorang atau individu dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga (Ahman, 2009:89). Pada praktiknya pengertian permintaan tersebut menunjukkan bahwa adanya permintaan akan sejumlah barang maupun jasa akan diikuti pula dengan kemampuan untuk membeli barang tersebut atau yang dapat disebut dengan *purchasing power*.

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan (Sugiarto, 2007). Teori permintaan juga dapat berarti suatu komoditas yang dihasilkan oleh produsen karena dibutuhkan oleh konsumen yang mau dan bersedia untuk membelinya. Konsumen kemudian membeli komoditas tersebut jika memiliki harga yang sesuai.

Dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang

yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama. (Gilarso, 2007).

2.1.1.1 Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah suatu keadaan dengan kondisi semua hal dianggap sama, ketika suatu harga barang naik, konsumen cenderung akan mengurnagi permintaan kuantitas barang tersebut. Dengan kata lain, hubungan antara harga dan kuantitas barang akan cenderung berkebalikan satu sama lain (Dodge, dalam Paulus dan Made, 2015).

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, sebaliknya makin tinggi harga komoditas maka akan semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta (dengan asumsi faktor lain konstan atau *ceteris paribus*). Dengan kata lain, harga suatu barang menentukan penawaran suatu barang juga. Jika harga yang bersedia dibayar oleh konsumen meningkat, jumlah unit yang diproduksi oleh bisnis juga meningkat. (Rini, 2015).

Secara lengkap Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah. Hukum permintaan tersebut akan selalu dengan asumsi faktor lain di luar harga harus dianggap konstan (*ceteris paribus*). Ini merupakan konsep asli dari penemuannya, yaitu Alfred Marshall (Ahman, 2009:93).

2.1.1.2 Jenis-Jenis Permintaan

Para ekonom dalam kajiannya membagi dua kelompok permintaan konsumen sehubungan dengan perilaku konsumsinya (Iskandar Putong, 2007:30 dan Sudarsono, 1995:71, 104-114 dalam Ahman, 2009:88-89), yaitu:

- a. Kelompok permintaan fungsional, yaitu kelompok konsumen yang meminta barang karena fungsinya (barang memiliki daya guna)
- b. Kelompok permintaan non fungsional (permintaan ini sering disebut sebagai permintaan tidak rasional), yaitu permintaan yang bersifat tidak direncanakan (impulsif), spekulatif, dan permintaan yang mempengaruhi efek daya guna barang.

Berdasarkan daya belinya, permintaan dibagi menjadi tiga macam, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut (Yopi, 2014)

- a. Permintaan efektif adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada permintaan jenis ini, seorang konsumen memang membutuhkan barang itu dan ia mampu membayarnya.
- b. Permintaan potensial adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut. Contohnya, Pak Luki sebenarnya mempunyai uang yang cukup untuk membeli kulkas, namun ia belum mempunyai keinginan untuk membeli kulkas.
- c. Permintaan absolut adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolut konsumen

tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan. Contohnya, Hendra tidak cukup untuk membeli sepatu olahraga. Oleh karena itu keinginan Hendra untuk membeli sepatu olahraga tidak bisa terpenuhi.

Berdasarkan jumlah subjek pendukungnya, permintaan terdiri atas permintaan individu dan permintaan kolektif (Yopi, 2014)

- a. Permintaan individu adalah permintaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- b. Permintaan kolektif atau permintaan pasar adalah kumpulan dari permintaan-permintaan perorangan/individu atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar. Contohnya, selain Desi, di pasar juga ada beberapa pembeli lainnya yang akan membeli jeruk. Jika permintaan Desi dan teman-temannya tersebut digabungkan maka terbentuk permintaan pasar.

2.1.1.3 Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan semua faktor-faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang sangat banyak, diantaranya harga, pendapatan, selera, musim, jumlah penduduk, dan lain-lain (Tri dan Antyo, 2006).

Fungsi permintaan merupakan turunan dari perilaku konsumen yang berusaha untuk mencapai kepuasan maksimum, dengan jalan melakukan kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa yang mampu dibeli dengan kendala pendapatannya terbatas (Ahman, 2009:88). Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta

dengan faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan yaitu suatu kajian matematis yang digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dan harga.

Fungsi permintaan adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara kuantitas barang atau jasa yang diminta oleh para konsumen dengan harga barang atau jasa tersebut. Fungsi permintaan juga mematuhi hukum permintaan, dimana ketika harga barang naik, kuantitas yang diminta akan naik. Hal ini menunjukkan bahwa harga barang dan permintaan/kuantitas yang diminta memiliki hubungan negatif, oleh karena itu fungsi permintaan akan selalu negatif (Mesra, 2016).

Para ahli ekonomi berasumsi bahwa jumlah produksi yang akan diminta/dibeli konsumen selama satu periode waktu tertentu tergantung pada lima variabel utama, yaitu: 1) harga produk itu sendiri, 2) pendapatan konsumen, 3) harga produk lain yang saling berhubungan, 4) harga produk yang diharapkan pada periode waktu mendatang, 5) selera konsumen, dan 6) usia konsumen.

Dari keenam variabel bebas di atas, variabel harga produk itu sendiri yang dianggap paling penting sehingga digunakan sebagai variabel bebas. Sedangkan keempat lainnya dianggap konstan.

2.1.1.4 Jadwal Permintaan

Jadwal permintaan adalah daftar hubungan antara harga suatu barang dengan tingkat permintaan barang tersebut (Rahardja, 2008:28). Dapat dijelaskan jadwal permintaan adalah daftar dari harga barang beserta jumlah barang yang akan dibeli konsumen pada tingkatan tertentu. Karena permintaan memiliki korelasi yang negatif, maka semakin tinggi harga barang akan menyebabkan penurunan pada jumlah barang yang diminta.

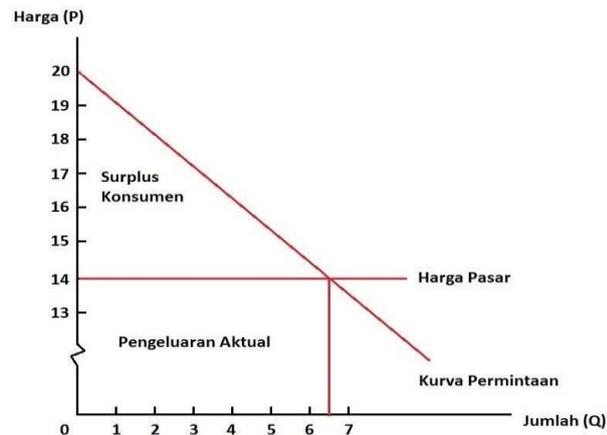
Daftar permintaan ialah suatu tabel yang memberi gambaran dalam angka-angka tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta masyarakat (Sukirno, 2011:77). Daftar permintaan menggambarkan besarnya permintaan yang ada pada berbagai tingkat harga. Biasanya, tinggi permintaan akan mempengaruhi harga. Sebaliknya, rendahnya permintaan juga akan membuat harga semakin rendah.

Jadwal permintaan diartikan sebagai suatu daftar yang menunjukkan tentang jumlah barang dan jasa yang akan dibeli pada tingkat harganya. Jadwal permintaan harus mencerminkan hubungan yang logis antara tingkat harga dengan jumlah barang dan jasa yang diminta. Hubungan tersebut disebut hukum permintaan (Ahman, 2009:92).

2.1.1.5 Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva atau diagram yang melambangkan skedul atau hukum permintaan (Ahman, 2009:9), kurva permintaan dapat direpresentasikan secara visual melalui grafik. Grafik ini mengacu pada titik harga suatu produk yang ditunjukkan pada sumbu vertikal dan jumlah konsumen ditunjukkan oleh sumbu horizontal.

Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli (Sukirno, 2011:77).



Gambar 2.1 Kurva Permintaan (Sugiarto, 2007)

Alasan mengapa kurva permintaan berlereng negatif (*the law of downward sloping demand*) (Ahman, 2009:93-94) adalah sebagai berikut mengapa jika harga turun cenderung menambah jumlah barang yang dibeli:

1. Suatu kenyataan bahwa jika terjadi penurunan harga akan menarik pembeli baru.
2. Penurunan harga bisa membuat orang kaya menambah jumlah pembelian barang, begitu juga kenaikan harga akan mengurangi jumlah pembelian.

Adapun alasan jika harga naik cenderung mengurangi jumlah barang yang dibeli:

1. Bila harga naik, akan berusaha mengganti barang ini dengan barang lain yang sejenis (misalnya daging sapi diganti dengan daging ayam).
2. Bila harga naik, kita merasa sedikit lebih miskin daripada sebelumnya, oleh karena itu akan mengurangi jumlah barang yang dibeli.

Selain harga, banyaknya barang yang diminta konsumen di pasar juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Sebaliknya, pada suatu pasar permintaan akan

suatu produk relatif sedikit, maka yang terjadi adalah harga akan turun. Mengapa ini terjadi (Ahman, 2009:94-95):

- a. Barang yang tersedia pada produsen relatif sangat banyak sehingga ketika jumlah permintaan sedikit, maka produsen akan berusaha menjual produknya sebanyak mungkin dengan cara menurunkan harga jual produk tersebut.
- b. Produsen hanya akan meningkatkan keuntungan dari volume penjualannya (banyaknya produk yang dijual).

2.1.2 Harga

Harga adalah nilai barang dan jasa yang dinyatakan dengan jumlah uang tertentu. Barang dan jasa tersebut mempunyai harga bila barang dan jasa itu mempunyai nilai dan guna. Di samping berguna dan bernilai, barang tersebut juga terbatas adanya (langka). Semakin berguna dan semakin langka, maka harga barang itu semakin mahal. Berguna tetapi tidak langka membuat harga barang itu relatif tidak mahal (Sigit, 2017).

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya pun akan meningkat (Husain Umar, 2000).

Terbentuknya harga dikarenakan ada dua pihak, yaitu pihak yang memiliki dan bersedia untuk menawarkannya serta pihak yang memerlukan dan bersedia untuk memintanya. Dalam dunia yang menganut perekonomian bebas, harga merupakan faktor penting dalam perekonomian. Dalam teori ekonomi, harga

terbentuk karena adanya interaksi antara permintaan dan penawaran. Jika permintaan lebih banyak daripada suplai maka harga barang tersebut akan meningkat. Demikian sebaliknya jika permintaan lebih kecil dibandingkan suplai maka harga barang akan turun (Sigit, 2017).

Keadaan keseimbangan dalam suatu pasar akan menentukan besarnya harga suatu barang yang diperjualbelikan. Keseimbangan pasar tersebut terjadi bila jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta (Sukirno, 2011).

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang

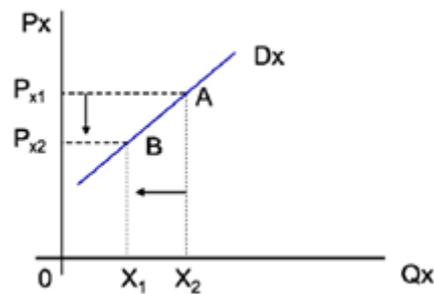
dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

Konsumen sangat tergantung pada harga sebagai indikator kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan beli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap. Beberapa studi menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring perubahan yang terjadi pada harga. Konsep yang lain menunjukkan apabila sebuah barang yang dibeli konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan.

Jika dilihat dari ilmu ekonomi, rokok elektrik dapat diklasifikasikan sebagai barang giffen, atau salah satu barang yang bertentangan dengan hukum permintaan, semakin tinggi harga barang giffen, jumlah yang diminta akan semakin tinggi pula. Sebaliknya jika harga barang giffen rendah, permintaannya akan turun Contoh dari barang jenis ini adalah makanan pokok berkualitas rendah (*Staple food*) seperti singkong, gaplek, dan sebagainya. Permintaan akan barang *giffen* ini didorong oleh kemiskinan yang membuat konsumen tidak mampu membeli barang yang lebih berkualitas.



Gambar 2.2 Kurva Permintaan Barang Giffen (Sugiarto, 2007)

Barang giffen adalah barang yang apabila harganya turun justru permintaannya ikut turun dan naiknya harga barang giffen justru menaikkan jumlah barang yang diminta. Contoh barang giffen adalah pakaian yang dijual oleh penjual pakaian bekas, apabila harga pakaian bekas tersebut rendah/ turun permintaan akan barang tersebut turun juga karena asumsi di masyarakat dengan harga yang rendah berarti mutu pakaian tersebut juga rendah dan sebaliknya apabila harganya naik/ tinggi berarti mutu dari pakaian bekas tersebut juga tinggi / baik sehingga permintaan dari konsumen juga tinggi.

Dinamakan setelah Robert Giffen (1837-1910), baik yang permintaan meningkat seiring dengan meningkatnya harga. Tetapi barang tersebut tidak mungkin ada di dunia nyata. Giffen adalah nama ekonom yang menemukan bukti bahwa ada konsumen yang meningkatkan permintaannya meskipun harga barang tersebut naik nantinya, barang giffen itu termasuk barang inferior (barang yang kalau pendapatan kita naik, permintaan akan barang tersebut akan turun. contohnya dulu makan singkong, karena pendapatan naik, konsumsi singkong berkurang dan lebih memilih konsumsi beras).

2.1.3 Pendapatan Konsumen

Teori pendapatan dikemukakan oleh J. M. Keynes. Teori ini disebut juga dengan teori *liquidity preference*. Menurut teori ini, seseorang senang memegang

uang tunai karena didorong oleh tiga motif, yaitu motif untuk bertransaksi, motif berjaga-jaga, dan motif spekulasi (Bambang dan Aristanti, 2007).

Pendapatan masyarakat (sebagai pembeli) merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan permintaan terhadap berbagai jenis barang, berbagai jenis barang tersebut dapat digolongkan menjadi dua yaitu barang normal dan inferior. Barang normal yaitu barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen, sedangkan barang inferior yaitu barang yang permintaannya mengalami penurunan jika terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen. Barang inferior ini biasanya merupakan barang yang dianggap jelek oleh masyarakat (Ida, 2016).

Permintaan merupakan keinginan konsumen dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Penghasilan merupakan faktor utama dan kemampuan untuk membayar konsumen. Untuk sebagian barang – barang, ketika penghasilan meningkat, permintaan barang juga akan meningkat. Dengan demikian untuk barang – barang normal, peningkatan hasil pendapatan ditandai dengan bergesernya ke arah kanan dari kurva permintaan. Sedangkan barang – barang inferior (relatif kurang bermanfaat), dimana memiliki level hasil penghasilan yang tinggi, akan ditandai dengan bergesernya ke arah kiri dari kurva permintaan (Paulus dan Made, 2015).

Kenaikan pendapatan akan cenderung meningkatkan permintaan. Perlu diperhatikan bahwa yang berubah adalah permintaan, bukan jumlah yang diminta. Artinya bahwa kurva permintaan menunjukkan kuantitas (jumlah) yang diminta lebih besar pada setiap harga sehingga adanya kenaikan pendapatan akan

menggeser kurva permintaan ke kanan dan sebaliknya menurunnya pendapatan akan menggeser kurva permintaan ke kiri (Sigit, 2017).

Indikator indikator pendapatan menurut Fitroh (2019) meliputi:

1. Kesesuaian dengan penghasilan.
2. Kenaikan dan penurunan pendapatan.
3. Sumber pendapatan lainnya.

2.1.4 Teman Sebaya/Pergaulan

Salah satu fungsi utama dari kelompok teman sebaya adalah untuk menyediakan berbagai informasi mengenai dunia luar keluarga. Teman sebaya dapat berpengaruh positif dan negatif. Pengaruh negatif dapat berupa mengenalkan dengan alkohol, obat-obatan, kenakalan dan bentuk tingkah laku lain yang dianggap orang dewasa sebagai maladaptif (Santrock, 2003: 219-220). Solidaritas kelompok teman sebaya membuat remaja melakukan apa yang dilakukan oleh kelompok (konformitas kelompok).

Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata atau dibayangkan oleh mereka. Remaja akan mendapatkan tekanan dari teman-teman sebayanya untuk merokok, jika tidak maka remaja akan dianggap banci, anak manja, pengecut. Hal ini yang membuat para remaja lebih banyak menyesuaikan diri terhadap standar teman sebayanya. Apabila dalam suatu kelompok teman sebaya telah melakukan kegiatan merokok maka individu remaja harus melakukannya juga. Karakteristik pergaulan remaja yang cenderung berkelompok dengan teman sebayanya akan lebih mudah sebagai wadah untuk mengadopsi perilaku teman sebayanya sehingga lebih mungkin untuk

menggunakan rokok elektrik.

Anak yang memiliki dukungan teman sebaya dengan perilaku merokok, maka anak tersebut akan memiliki kecenderungan untuk merokok. Ladesvita & Agustina (2017: 51-52) menerangkan keberadaan teman yang mengkonsumsi rokok akan saling mempengaruhi seseorang dalam mengkonsumsi rokok. Remaja akan lebih senang untuk meluangkan waktu dengan teman-temannya, selain itu remaja yang cenderung penasaran hal-hal baru sehingga timbul keinginan untuk mencoba-coba salah satunya yaitu mencoba mengkonsumsi rokok elektrik (*vape*).

Dehvy & Yundari (2017: 16) menjelaskan kembali bahwa remaja memiliki hasrat berkelompok dengan kawan senasib dan sebaya, dorongan sosial dari lingkungan yang mendesak remaja untuk merokok atau kalau tidak merokok dianggap tidak solid dengan lingkungan sosialnya. Komalasari & Helmi (2000: 44) menambahkan bahwa lingkungan teman sebaya merupakan salah satu faktor yang berarti dalam perilaku merokok pada remaja. Mengikuti hal dilakukan pada kelompok teman sebaya menjadi kebutuhan untuk diterima dan usaha untuk menghindari penolakan kelompok teman.

2.1.5 Varian Rasa

Sari (2013: 55) mengemukakan bahwa varian rasa merupakan suatu wujud nyata yang sudah pasti akan dibawa oleh barang-barang yang dihasilkannya. Semua konsumen akan sangat besar perhatiannya terhadap varian rasa tersebut terutama yang akan dipergunakan oleh dirinya sendiri atau keluarganya. Berbicara tentang varian rasa suatu produk memang mempunyai peranan yang cukup penting dan sangat menentukan dalam proses pemilihan jenis produk. Sebab dengan

penampilan yang mampu memberikan varian rasa yang khas dan sesuai selera konsumen, maka kecenderungan pembelian untuk membeli produk akan sangat kuat.

Menurut Setyaningsih (2010:42) menyatakan: varian rasa suatu produk sangat menentukan terhadap penerimaan produk tersebut oleh konsumen. Produk yang higienis yang diklaim dapat memberikan manfaat kesehatan dan kepraktisan akan sulit diterima oleh konsumen jika secara umum produk tersebut kurang disukai atau bahkan tidak disukai.

Sari (2013: 56) menegaskan: varian rasa adalah cara pemilihan produk yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) produk tersebut. Varian rasa merupakan atribut produk yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Varian rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak pada lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut yang merupakan bagian dari cita rasa.

Kandungan dalam rokok elektrik (*vape*) berbeda-beda, namun pada umumnya berisi larutan yang terdiri dari 4 jenis campuran yaitu nikoin, propilen, glikol, air, dan *flavoring* (perisa). Kandungan kadar nikotin dalam *liquid* rokok elektrik bervariasi, yaitu dari kadar rendah sampai kadar kadar tinggi. Namun, seringkali kadar nikotin yang tertera pada label tidak sesuai secara signifikan dari kadar yang sebenarnya (BPOM, 2015: 4).

Nikotin termasuk salah satu jenis narkoba pada golongan zat adiktif. Golongan adiktif adalah zat-zat selain narkotika dan psikotropika yang dapat

menimbulkan ketergantungan (BNN, 2008: 15). WHO menggolongkan nikotin dalam zat psikoaktif lain yang menyebabkan ketergantungan. Contoh dari zat adiktif yang dijelaskan oleh BNN (2008: 25) adalah rokok, kelompok alkohol, *thinner* dan zat-zat lain. Seperti yang dijelaskan dalam Burlian (2016: 192) bahwa narkoba adalah narkotika, psikotropika, dan zat adiktif yang merupakan sekelompok zat jika masuk ke tubuh manusia dapat menyebabkan ketergantungan (adiktif) dan mempengaruhi sistem kerja otak. Termasuk di dalam jenis narkoba adalah jenis obat, bahan/ zat yang penggunaannya diatur, tetapi sering disalahgunakan seperti alkohol, nikotin, kafein, inhalansia, dan solver. Kemudian Martono & Harlina (2008: 26) menjelaskan bahwa narkoba atau disebut juga NAPZA (narkotika, psikotropika, zat adiktif lainnya) adalah obat, bahan, atau zat bukan makanan yang jika diminum, dihisap, dihirup, ditelan, dan disuntikan berpengaruh pada kinerja otak dan seringkali menyebabkan ketergantungan.

Propelin glikol yang terdapat pada cairan rokok elektrik (*vape*) merupakan suatu zat dalam kepulan asap buatan yang biasanya dibuat dengan “*fog machine*” diacara panggung teatikal atau disebut juga *antifreeze*, pelarut obat dan pengawet makanan (BPOM, 2015: 4). Beberapa senyawa yang berbahaya lainnya yang ditemukan antara lain:

1. *Tobacco-specific nitrosamine* (TSNAs).
2. *Diethylene glycol* (DEG).
3. Logam: partikel timah, perak, nikel, aluminium, dan kromium di dalam uap rokok elektrik dengan ukuran yang sangat kecil (nano-partikel) sehingga dapat sangat mudah masuk ke dalam saluran napas di paru-paru.

4. Karbonil: karsinogen potensial antara lain formaldehida, asetaldehida, dan akrolein. Juga senyawa organik volatil (VOCs) seperti toluena dan pm-xylene.
5. Zat lainnya: kumarin, tadalafil, rimonabant, serat silika.

2.1.6 Tingkat Kepraktisan

Kesadaran akan keberadaan rokok elektrik pada masyarakat Indonesia lebih banyak pada masyarakat di daerah perkotaan. Rokok elektrik dianggap sebagai trend baru yang sedang berkembang. Masuknya rokok elektrik yang diterima oleh semua golongan ditunjukkan oleh banyaknya pengguna rokok elektrik yang berasal dari berbagai umur (Artanti, Martini, Megatsari, & Nugroho, 2017: 24-25).

Penggunaan rokok elektrik (*vape*) menunjukkan karena mengikuti perkembangan gaya hidup yang terus berkembang. Penggunaan rokok elektrik (*vape*) dapat meningkatkan status sosial seseorang karena mahalnya harga yang ditawarkan dan merupakan tren gaya yang dijumpai di perkotaan (Lazuardi, 2017:8). Selain itu, penggunaan rokok elektrik (*vape*) menunjukkan perubahan gaya hidup seseorang semakin meningkat dan dapat mengikuti gaya hidup yang sedang berkembang.

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin luas dapat dilihat pada penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya yaitu dengan penggunaan rokok elektrik (*vape*). Gaya hidup seseorang dapat dikatakan berubah tanpa harus melihat apa pekerjaannya karena dapat dilihat jika seseorang menggunakan rokok elektrik. Karena penggunaannya tidak hanya digunakan oleh orang yang sudah bekerja, tetapi pelajar pun dapat menggunakan

rokok elektrik meskipun harus mengeluarkan uang sekitar lima ratus ribu setiap bulannya untuk membeli isi ulang (Istiqomah, Cahyo, Indraswari, 2016: 207-209). Putra, Prayoga, Astuti (2017: 8) menerangkan bahwa adanya ajakan untuk menggunakan rokok elektrik (*vape*) agar terlihat lebih praktis dibandingkan menggunakan rokok konvensional. Hal ini karena trendnya penggunaan rokok elektrik dan masuknya produk elektrik ke pasaran di kota-kota besar.

2.1.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
1.	Hidayat Budi, Thabrany Hasbullah (2008)	Model Spesifikasi Dinamis Permintaan Rokok: Rasionalkah Perokok Indonesia ?	Independen: Harga Pendapatan Dependen: Permintaan	Independen: Konsumsi Bekerja Tembok Lantai Rumah Islam	Hasil penelitian menunjukkan permintaan rokok lebih sensitif terhadap perubahan harga untuk jangka panjang ketimbang untuk jangka pendek.	Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional Vol. 3, No.3, Desember 2008

No.	Peneliti	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
2.	Mugi Wahidin (2021)	Determinan Penggunaan Rokok Elektronik pada Remaja di Jakarta Pusat Tahun 2020	Variabel: Harga Pengaruh teman /pergaulan	Variabel: 1. Gaya hidup /kepuasan 2. Tidak mengandung nikotin 3. Kemudahan membeli 4. Pengaruh iklan 5. Pengganti rokok tembakau	Ada hubungan pengetahuan, sikap keterjangkauan harga rokok elektronik, pengaruh teman, dan pengaruh artis/public figure dengan penggunaan rokok elektronik.	Jurnal Litbang Kemenkes
3.	Putu Pirda Puspitawati (2021)	Analisis Regresi Logistik Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Rokok Elektronik pada Remaja Usia 18-25 tahun di Kota Denpasar Tahun 2020	Variabel: 1. Pendapatan 2. Harga 3. Teman sebaya	Variabel: 1. Umur 2. Jenis kelamin 3. Pendidikan terakhir 4. Status pekerjaan 5. Uang saku 6. Penghasilan orang tua 7. Pengetahuan 8. Persepsi 9. Keluarga 10. Iklan	Dapat disimpulkan bahwa faktor yang berhubungan dengan penggunaan rokok elektronik yaitu jenis kelamin, uang saku, persepsi, teman sebaya yang menggunakan rokok elektronik, keluarga menggunakan rokok elektronik, keterjangkauan dan uang saku.	Jurnal Universitas Udayana
4.	Anggraeni Karuniawati (2019)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Rokok Elektrik (Vape) Pada Siswa SMP Negeri Se-Kecamatan Rembang Kabupaten Purbalingga	Variabel: 1. Harga 2. Pendapatan 3. Teman sebaya	Variabel: 1. Iklan 2. Gaya hidup 3. Orang tua yang merokok	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam penggunaan rokok elektrik (vape) pada siswa SMP ditinjau dari faktor lingkungan keluarga, gaya hidup, dan lingkungan	Jurnal Universitas Negeri Semarang

No.	Peneliti	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
5.	Wahyu Indra Irawan (2021)	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Remaja Menggunakan Rokok Elektrik (<i>Vape</i>) di Kota Bengkulu	Variabel: 1. Harga 2. Pendapatan 3. Teman sebaya	Variabel: 1. Iklan 2. Gaya hidup 3. Orang tua	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam penggunaan rokok elektrik adalah harga dan pendapatan	Jurnal Poltekkes Bengkulu
6.	Siti Sarah Alawiyah (2017)	Gambaran Persepsi tentang Rokok Elektrik pada para Pengguna Rokok Elektrik di Komunitas Vaporizer Kota Tangerang	Variabel: 1. Harga 2. Rasa rokok elektrik	Variabel: 1. Manfaat rokok elektrik 2. Kerugian rokok elektrik 3. Regulasi rokok elektrik	Hasil penelitian menunjukkan variabel harga dan rasa rokok elektrik berpengaruh signifikan terhadap permintaan rokok elektrik	Jurnal Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta
7.	Desrany Natasya, (2021)	Analisis Permintaan Rokok di Kota Makassar	Variabel: Harga Pendapatan	Variabel: Umur Lama merokok Lingkungan Iklan Jenis kelamin Kawasan Tanpa Rokok (KTR)	Hasil menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap konsumsi rokok di Kota Makassar.	Jurnal Universitas Hassanudin Makassar
8.	Wawan Hermawan (2020)	Analisis Dampak Sosial Ekonomi terhadap Permintaan Rokok di Provinsi Banten	Variabel: 1. Harga	Variabel: 1. Umur 2. Jumlah anggota keluarga 3. Wilayah perdesaan 4. Jenis kelamin	Variabel umur, jumlah anggota rumah tangga dan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh yang positif terhadap konsumsi rokok	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Tirtayasa
9.	Prasetyo Ardi Nugroho (2020)	Analisis Permintaan Rokok pada Pemuda di Indonesia	Variabel: 1. Harga rokok 2. Pendapatan	Variabel: 1. Status pekerjaan 2. Lama pendidikan 3. Umur 4. Jenis kelamin 5. Status perkawinan	Hasil penelitian menunjukkan elastisitas harga permintaan rokok pemuda di Indonesia sebesar -0,11.	Jurnal Universitas Diponegoro

No.	Peneliti	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
10	Nasruddin Djoko Surjonoa (2013)	Dampak pendapatan dan harga rokok terhadap Tingkat konsumsi rokok pada rumah tangga miskin di Indonesia	Variabel: 1. Harga rokok 2. Pendapatan	Variabel : 1. Konsumsi barang lainnya	Hasil studi menunjukkan bahwa rokok merupakan barang normal. Permintaan rokok bersifat inelastis untuk rumah tangga miskin.	Jurnal BPPK, Volume 6 Nomor 2, 2013, Halaman 19-34
11	Bayu Prasetyo (2020)	Pengaruh Harga Rokok terhadap Perilaku Konsumsi Rokok pada Mahasiswa di Jatinangor	Variabel: 1. Harga Rokok 2. Pendapatan	Variabel : Konsumsi barang lainnya	Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh bahwa harga rokok dan pendapatan uang saku mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi rokok.	Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 20(2), Juli 2020, 470-474
12	Annisa Marianti (2020)	Pengaruh Harga Rokok terhadap Perilaku Konsumsi Rokok pada Mahasiswa di Jatinangor	Variabel: 1. Pendapatan 2. Harga Rokok	Variabel : 1. Konsumsi barang lainnya 2. Faktor Sosial Ekonomi	Elastisitas harga, pendapatan, dan faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi respon konsumen sangat penting sebagai acuan dalam menentukan kebijakan pengendalian konsumsi rokok.	Economie Vol. 01, No. 2, Januari 2020
13	Agus Sriyanto (2022)	Dampak Konsumsi Rokok Konvensional dan Rokok Elektrik Terhadap Kesehatan, Penerimaan Negara	Variabel: 1. Harga Rokok	Variabel : 1. Jumlah Rokok Kretek 2. Jumlah Rokok Putih	Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari prevalensi konsumsi rokok konvensional namun tidak pada rokok	Jurnal Perspektif Bea dan Cukai Vol. 6, No. 2, 2022

No.	Peneliti	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
					elektrik untuk kemungkinan terjadinya penyakit stroke di Indonesia.	
14	Freudi Wijaya (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Rokok di Kabupaten Grobogan	Variabel: 1. Harga Rokok 2. Usia 3. Pendapatan	Variabel: 1. Alasan Merokok	Hasil analisis didapat variabel alasan merokok memiliki pengaruh yang tidak signifikan, sedangkan variabel harga rokok, usia, pendapatan, dan lama merokok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel konsumsi rokok.	Jurnal UMS 2021
15	Gregorius Edowardo Ferari (2020)	Analisis Pengaruh Produksi Rokok Legal dan Banderol Rokok Terhadap Peredaran Rokok Ilegal (Studi Kasus Rokok Kretek Mesin, Rokok Kretek Tangan, dan Rokok Putih Mesin di Indonesia Tahun 2010 – 2019)	Variabel: 1. Permintaan Rokok	Variabel: 1. Rokok Legal 2. Rokok Ilegal	Hasil yang ditunjukkan pada analisis ialah menunjukkan bahwa variabel jumlah rokok legal dan harga rokok legal berpengaruh positif dan signifikan terhadap peredaran rokok ilegal di Indonesia, sedangkan untuk variabel harga rokok ilegal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peredaran rokok ilegal di Indonesia	Jurnal Universitas Brawijaya, Malang

2.2 Hubungan antara Variabel Dependen dengan Variabel Independen

2.2.1 Hubungan antara Harga dengan Permintaan

Hubungan antara harga dan permintaan selalu berbanding terbalik. Ketika harga tinggi maka permintaan akan rendah, atau sebaliknya, jika harga rendah maka permintaan akan tinggi (Deliarnov, 2006). Dimana bisa disimpulkan bahwa harga sangat berkaitan erat terhadap permintaan dimana hubungan harga dengan permintaan ini sudah tertulis dalam hukum permintaan yang dimana hubungan ini memiliki *slope* negatif atau bersifat negatif yang dimana bila harga suatu barang mengalami kenaikan maka permintaan suatu barang akan mengalami penurunan begitu pun sebaliknya.

Hukum permintaan mendefinisikan hubungan antara permintaan suatu barang dengan harganya. Hukum ini merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap suatu barang tersebut, begitu sebaliknya bila mana harga suatu barang semakin tinggi, maka permintaan akan suatu barang menjadi sedikit (Cornelius dan Walujo, 2003).

2.2.2 Hubungan antara Pendapatan Konsumen dengan Permintaan

Hubungan antara pendapatan konsumen dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan seseorang/masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaannya terhadap suatu barang (Tri dan Antyo, 2006). Tingkat pendapatan merupakan suatu hal yang sangat mempengaruhi terhadap besarnya jumlah permintaan suatu barang, yang dimana besarnya permintaan akan selalu mengikuti terhadap besarnya pendapatan seorang konsumen, bila pendapatan

seseorang mengalami kenaikan maka seseorang tersebut akan meningkatkan konsumsi terhadap suatu barang yang nantinya akan mengakibatkan jumlah permintaan barang tersebut meningkat, demikian sebaliknya bila pendapatan seseorang mengalami penurunan maka seseorang tersebut akan menurunkan konsumsi terhadap barang tersebut yang nantinya mengakibatkan jumlah permintaan mengalami penurunan.

2.2.3 Hubungan antara Teman Sebaya/Pergaulan dengan Permintaan

Lingkungan mempengaruhi gaya hidup seseorang. Menurut Kurt Lewin, perilaku merokok disebabkan karena lingkungan dan individu. Artinya faktor lingkungan berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk merokok bukan hanya dari dalam diri sendiri. Kondisi lingkungan yang mendukung atau lingkungan sekitar yang memiliki aktivitas merokok merupakan faktor pendorong seseorang untuk ikut berperilaku merokok, hal ini dikarenakan stimulus lingkungan sangat kuat agar seseorang diterima sebagai anggota di lingkungannya. Faktor lingkungan yang termasuk di dalamnya adalah orang tua, maupun teman sebaya.

2.2.4 Hubungan antara Varian Rasa dengan Permintaan

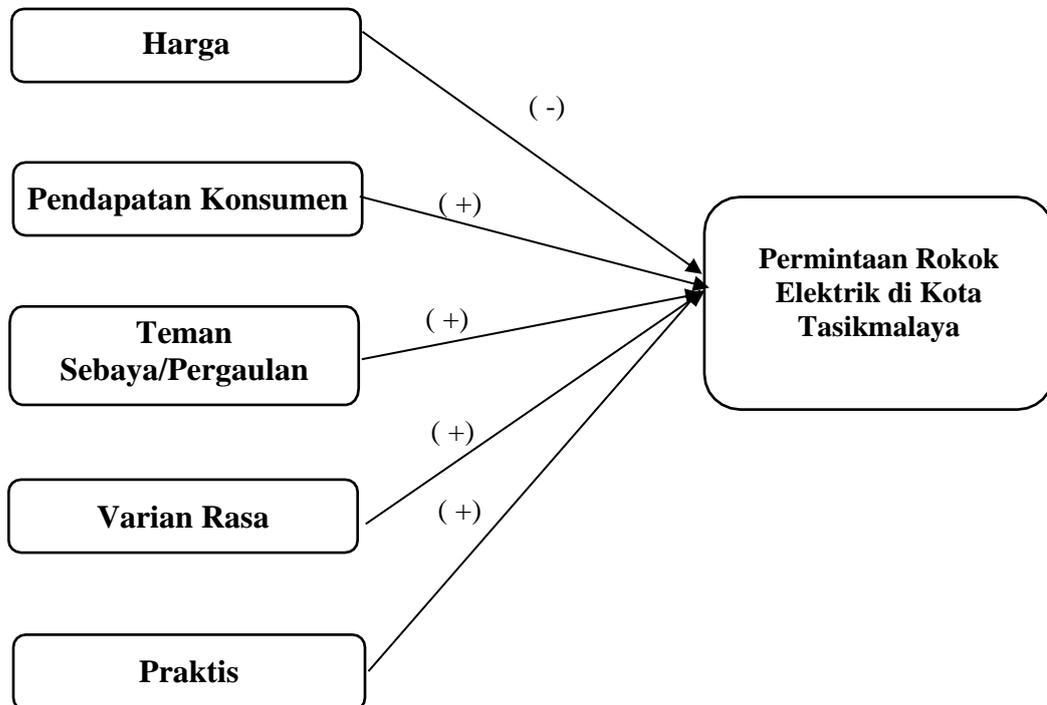
Cita rasa masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan manusia untuk membeli barang-barang. Cita rasa masyarakat merupakan variabel yang mempengaruhi besar kecilnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umum konsumen, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

2.2.5 Hubungan antara Tingkat Kepraktisan dengan Permintaan

Laffer (2014) berpendapat bahwa tingkat kepraktisan menggunakan rokok elektrik berperan besar dalam penerimaan cukai dari produk hasil tembakau meskipun pada produk yang memiliki sifat inelastis. Tingginya tarif secara nominal adalah bersifat relatif. Misalnya tarif \$100 akan berdampak berbeda pada individu yang berpenghasilan senilai \$5,000 dengan individu yang berpenghasilan senilai \$50,000. Ketika produk menjadi sangat mahal karena pajak maka individu dapat mengurangi bahkan berhenti mengonsumsi produk, mengonsumsi produk ilegal, atau mengurangi konsumsi produk lain untuk dapat terus mengonsumsi produk yang berpajak tinggi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah kerangka logis yang menduduki masalah penelitian di dalam kerangka teoritis yang relevan dan ditunjang oleh hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan tinjauan kepustakaan dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan oleh peneliti, kerangka pemikiran pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Determinasi Permintaan Rokok Elektrik di Kota Tasikmalaya Tahun 2023

2.4 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- Diduga secara parsial harga berpengaruh negatif, pendapatan konsumen berpengaruh positif, teman sebaya/ pergaulan berpengaruh positif, varian rasa berpengaruh positif, dan tingkat kepraktisan berpengaruh positif terhadap permintaan rokok elektrik di Kota Tasikmalaya.
- Diduga secara bersama-sama harga, pendapatan konsumen, teman sebaya/ pergaulan varian rasa, dan tingkat kepraktisan berpengaruh terhadap permintaan rokok elektrik di Kota Tasikmalaya.