

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peranan penting bagi perekonomian nasional. Sektor pertanian juga dapat menambah devisa bagi negara. Selain itu, pertanian juga merupakan salah satu sektor yang dipersiapkan untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas dan nilai ekonomis sehingga dapat bersaing pada era pasar bebas.

Salah satu sektor pertanian yang menjadi pusat perhatian adalah sektor hortikultura. Tanaman hortikultura, seperti tanaman buah-buahan, tanaman sayuran dan tanaman hias mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan. Selain itu permintaan akan produk hortikultura semakin meningkat, hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat terhadap tanaman hortikultura semakin meningkat.

Sayuran merupakan tanaman hortikultura yang mempunyai peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia sebagai pelengkap makanan pokok. Dalam rangka meningkatkan pendapatan petani, di Indonesia telah dikembangkan agribisnis tanaman hortikultura dimana keadaan alam dan iklim di Indonesia sangat mendukung untuk dikembangkan berbagai jenis tanaman hortikultura (Sunarjono, 2014:204).

Salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan oleh petani yaitu bawang merah. Bawang merah (*Allium ascalonicum*, L) atau dikalangan internasional menyebutnya *shallot* merupakan komoditi hortikultura yang

tergolong sayuran rempah. Bawang merah tergolong komoditi yang mempunyai nilai jual tinggi di pasaran.

Bawang merah selalu dibutuhkan tiap harinya dan hampir seluruh masakan pada umumnya menggunakan bawang merah sebagai bumbu penyedap, sehingga membuat kebutuhan akan bawang merah tersebut begitu besar. Bawang merah termasuk ke dalam kelompok sayuran rempah, bawang merah berguna menambah cita rasa dan kenikmatan pada masakan dan tanaman ini juga bermanfaat sebagai obat tradisional, sedangkan produktivitas bawang merah bersifat musiman sehingga pada saat tertentu bawang merah mengalami gejolak harga berupa kenaikan harga pada saat permintaan lebih tinggi dari pasokan. Kurangnya pasokan dari petani biasanya disebabkan karena belum tibanya masa panen, tanaman terserang hama penyakit dan merosotnya harga bawang merah ketika pasokan lebih tinggi dari permintaan, hal ini bisa menyebabkan kelangkaan.

Setiap tahun hampir selalu terjadi peningkatan produksi bawang merah, akan tetapi hal tersebut belum mampu mengimbangi peningkatan permintaan bawang merah di daerah Kabupaten Luwu Utara, khususnya di Kecamatan Malangke Barat. Berdasarkan data dari Kementrian Pertanian tentang luas tanam bawang merah di Kabupaten Luwu Utara, pada tahun 2012 diketahui bahwa luas tanam bawang merah sebesar 4,10 ha, tahun 2013 luas tanam bawang merah meningkat menjadi 6,18 ha, di tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 4 ha dan di tahun 2015 luas tanam bawan merah kembali mengalami peningkatan yaitu 240 ha. Namun pada tahun 2016, luas tanam bawang merah di Kabupaten Luwu Utara kembali mengalami penurunan yaitu mencapai 10 ha.

Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) tahun 2002-2013 dimana data konsumsi yang tercatat merupakan konsumsi bawang merah untuk kebutuhan rumah tangga, pola perkembangan konsumsi bawang merah pada periode 2002-2013 cenderung meningkat dengan rata-rata pertumbuhan 9,31% per tahun. Konsumsi bawang merah tahun 2002 sebesar 2,20 kg/kapita per tahun dan pada tahun 2013 konsumsinya turun menjadi 2,07 kg/kapita per tahun. Konsumsi bawang merah tertinggi dicapai pada tahun 2007 yaitu sebesar 3,01 kg/kapita per tahun.

Kabupaten Luwu Utara menjadi salah satu daerah penghasil bawang merah terkecil. Produksi bawang merah di Kabupaten Luwu Utara rendah. Namun permintaan konsumsi bawang merah di Kabupaten Luwu Utara khususnya di Kecamatan Malangke Barat sangat tinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas diketahui bahwa permintaan bawang merah di setiap tahunnya mengalami peningkatan. Maka berdasarkan uraian tersebut dalam penelitian ini penulis akan mengambil judul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terurai di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

- a. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara?

- b. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara?
- c. Apakah pendapatan dan harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka penulis dapat memberitahukan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan harga terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman yang sangat berguna bagi peneliti agar dapat berfikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang, serta sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Instansi/Perusahaan

Untuk meningkatkan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai media untuk melakukan evaluasi terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan bawang merah, khususnya di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

b. Manfaat bagi Universitas Muhammadiyah Palopo

Untuk memberikan gambaran secara nyata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah, khususnya di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

c. Kegunaan penelitian bagi peneliti

Untuk menabuh wawasan, pengalaman dan pemahaman mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu. Dimana pada penelitian ini difokuskan pada dua variabel yang dapat mempengaruhi permintaan bawang merah yaitu pendapatan dan harga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Tinjauan Tentang Permintaan

2.1.1.1 Pengertian Permintaan

Banyak teori yang membahas tentang teori permintaan, karena permintaan sangat mempengaruhi jumlah output yang akan dihasilkan ketika harga bersifat kaku. Karena permintaan ini dapat mempengaruhi perekonomian jangka pendek. Para ahli ekonomi mempelajari teori permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, yang berguna dalam menstabilkan perekonomian jangka pendek (Mankiw, 2003).

Menurut Sukirno (2012), dalam ilmu ekonomi permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Menurut Sugiarto (2002), pengertian permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang

direncanakan. Menurut Rahardja dan Manurung (2015), permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Dengan kata lain, permintaan baru bisa terjadi pada saat konsumen memiliki kebutuhan akan barang tersebut dan juga memiliki daya beli untuk mendapatkan produk tersebut. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli dikenal dengan istilah permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut dengan permintaan potensial. Daya beli konsumen itu sendiri disokong oleh dua faktor mendasar, yakni pendapatan sang konsumen dan juga harga produk yang dikehendaki.

Ada tiga hal penting dalam permintaan. Pertama, jumlah yang diminta merupakan kuantitas yang diinginkan (*desired*). Kedua, apa yang diinginkan tidak merupakan harapan kosong, tetapi merupakan permintaan efektif, artinya adalah sejumlah orang bersedia membeli pada harga yang mereka harus bayar untuk komoditi tersebut. Ketiga, kuantitas yang diminta merupakan arus pembelian yang kontinyu (Lipsey, 1995).

Sifat hubungan antara suatu barang dengan harganya dalam hukum permintaan bersifat kebalikan atau negatif, artinya jika suatu barang naik, permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang dan sebaliknya jika harga suatu barang turun, permintaan barang tersebut akan meningkat.

Permintaan pada dasarnya mempunyai dua pengertian:

1. Permintaan yang bersifat potensial, yaitu jumlah absolut barang yang dibutuhkan.

2. Permintaan yang bersifat efektif, yaitu jumlah barang yang dibutuhkan konsumen dan didukung oleh kekuatan daya beli.

2.1.1.2 Hukum Permintaan

Menurut Sukirno (2012), hukum permintaan menyatakan semakin rendah harga suatu barang, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit pula permintaan terhadap barang.

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik maka barang yang diminta sedikit, sedangkan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta.

Pada hukum permintaan berlaku asumsi *ceteris paribus*, artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap). Semua terjadi karena semua ingin mencari kepuasan (keuntungan) sebesar-besarnya dari harga yang ada. Apabila harga terlalu tinggi maka pembeli mungkin akan membeli sedikit karena uang yang dimiliki terbatas, namun bagi penjual dengan tingginya harga ia akan mencoba memperbanyak barang yang dijual atau diproduksi agar keuntungan yang didapat semakin besar. Harga yang tinggi juga menyebabkan konsumen/pembeli akan mencari produk lain sebagai pengganti barang yang harganya mahal.

Pada dasarnya terdapat 3 (tiga) alasan yang menerangkan hukum permintaan, yaitu:

1. Pengaruh penghasilan (*Income Effect*)

Apabila suatu harga barang naik maka dengan uang yang sama orang akan mengurangi jumlah barang yang akan dibeli. Sebaliknya, Jika harga barang turun dengan anggaran yang sama orang bisa membeli barang yang banyak.

2. Pengaruh Substitusi (*Substitution Effect*)

Jika harga barang naik maka orang akan mencari barang lain yang harganya lebih murah tetapi fungsinya sama. Pencarian barang lain ini merupakan substitusi.

3. Perhargaan Subjetif (*Marginal Utility*)

Tinggi rendahnya harga yang tersedia dibayar konsumen untuk barang tertentu mencerminkan kegunaan atau kepuasan dari barang tersebut. Makin banyak dari suatu macam barang yang dimiliki, maka semakin rendah penghargaan terhadap barang tersebut, ini dinamakan *Law of diminishing marginal utility*.

2.1.1.3 Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan adalah suatu kajian matematis yang digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dan harga. Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan yaitu apabila harga suatu barang naik maka permintaan akan barang tersebut juga menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka permintaan akan barang tersebut meningkat. Jadi hubungan antara harga dan jumlah barang yang

diminta memiliki hubungan yang timbal balik, sehingga gradien dan fungsi permintaan (b) akan selalu negatif.

Bentuk umum dan fungsi permintaan dengan dua variabel adalah sebagai berikut:

$$Q_d = a - bP_d \text{ atau } P_d = -1/b (-a + Q_d)$$

Dimana:

a dan b = adalah konstanta, dimana b harus bernilai negative

$$b = \Delta Q_d / \Delta P_d$$

P_d = adalah harga barang perunit yang diminta

Q_d = adalah banyaknya unit barang yang di minta

Syarat $P \geq 0$, Q , serta $dP_d / dQ < 0$

2.1.1.4 Macam-Macam Permintaan

Permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok antara lain, berdasarkan daya beli dan jumlah subjek pendukung.

1. Permintaan menurut daya beli

Berdasarkan daya belinya, permintaan dibagi menjadi 3 (tiga) macam yaitu:

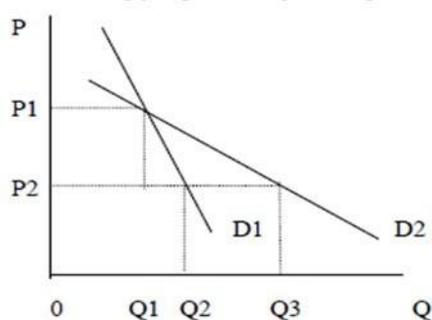
- a. Permintaan Effect merupakan permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada jenis permintaan ini, seorang konsumen memang membutuhkan barang itu dan dia mampu membayarnya.

- b. Permintaan potensial adalah permintaan masyarakat terhadap barang atau jasa sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut.
 - c. Permintaan absolute adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak di sertai dengan daya beli. Pada permintaan absolute ini konsumen tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan.
2. Permintaan menurut jumlah dan subjek pendukungnya

Berdasarkan jumlah dan subjek pendukungnya, permintaan dibagi menjadi 2 (dua) macam yaitu:

- a. Permintaan individu adalah permintaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi hidupnya.
- b. Permintaan kolektif atau permintaan pasar adalah kumpulan dari permintan perorangan atau individu atau permintaan secara keseluruhan pada konsumen di pasar.

2.1.1.5 Kurva Permintaan



Menurut (Haryati, 2007), kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang

diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini disebut dengan kesediaan maksimum konsumen mau bayar atau *willingness to pay*.

2.1.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Case dan Fair (2005), mengemukakan bahwa hukum permintaan yang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri adalah menyesatkan, karena hanya akan memusatkan pada harganya saja sebagai satu-satunya penentu permintaan (*ceteris paribus*). Permintaan adalah hubungan yang *multivariate*, yaitu ditentukan oleh banyak faktor secara serentak. Dalam hal ini, permintaan konsumenterhadap suatu barang ternyata tidak hanya berhubungan erat dengan harga barang tersebut, tetapi berhubungan erat pula dengan faktor lainnya

Berikut ini adalah beberapa faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan, antara lain:

1. Harga barang itu sendiri

Hukum permintaan pada dasarnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (*ceteris*

paribus). Dalam hal ini, harga barang yang lebih murah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi, selain itu turunnya atau lebih murah nya harga suatu barang akan menyebabkan pendapatan riil pembeli bertambah.

2. Harga barang lain

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli (P), harga barang pengganti (*price of substitution product*) maupun harga pelengkap (*price of complementary product*). Konsumen akan membatasi pembelian jumlah barang yang diinginkan apabila harga barang terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembeliannya kepada barang pengganti (barang substitusi) yang lebih murah harganya.

Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak barang utamanya, bila permintaan barang utama meningkat, maka permintaan akan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya. Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan:

a. Barang lain merupakan barang pengganti

Suatu barang dinamakan sebagai barang pengganti kepada barang lain apabila dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti bertambah murah maka, barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaannya. Oleh sebab itu, barang pengganti ini sering kita sebut dengan barang substitusi.

b. Barang lain merupakan barang pelengkap.

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lainnya tersebut. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu berjalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Oleh sebab itu, barang pelengkap ini sering kita sebut dengan barang komplemen.

Kedua barang itu tidak memiliki keterkaitan sama sekali antar satu dengan yang lain. Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang penting, maka perubahan terhadap permintaan salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya. Barang seperti itu dinamakan barang netral.

3. Pendapatan rata-rata masyarakat (Pendapatan Per Kapita)

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan terhadap berbagai barang. Kosumen tidak akan dapat melakukan pembelanjaan barang kebutuhan apabila pendapatan tidak ada atau tidak memadai. Dengan demikian, maka perubahan pendapatan akan mendorong konsumen untuk mengubah permintaan akan barang kebutuhannya.

Berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan yaitu:

a. Barang *Inferior*

Barang *inferior* adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah tinggi, maka permintaan

terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Masyarakat yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

b. Barang *Esensial*

Barang *esensial* adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan dan pakaian yang utama. Belanja seperti ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang Normal

Barang normal adalah barang yang apabila terjadi kenaikan pendapatan maka barang ini juga akan mengalami kenaikan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang ini permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan masyarakat bertambah, yaitu:

- 1) Peningkatan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang dan
- 2) Peningkatan pendapatan memungkinkan masyarakat menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya menjadi barang-barang yang lebih baik mutunya.

d. Barang Mewah

Barang mewah adalah barang yang akan dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi. Biasanya barang-barang mewah (emas, permata,

mobil) tersebut baru bisa dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang pokok.

2.1.2 Tinjauan Tentang Pendapatan

2.1.2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno (2010:79), mendefinisikan pendapatan total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Tidak jauh berbeda pula dengan yang dirumuskan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) yang menyatakan bahwa pendapatan yaitu keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa berupa uang dari segala hasil kerja atau usahanya baik dari sektor formal maupun non formal yang dihitung dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Suwiknyo (2009:199), pendapatan sebagai uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, laba, dan lain sebagainya. Lebih lanjut Nopirin (2000:79), mengemukakan bahwa dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan laba secara berurutan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang tergantung dari jenis pekerjaannya.

2.1.2.2 Jenis-jenis Pendapatan

Menurut Kasmir (2012:46), secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga jenis yaitu sebagai berikut:

1. Gaji atau Upah.

Gaji atau upah merupakan imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan. Upah merupakan salah satu komponen penting di dalam dunia ketenagakerjaan karena upah bersentuhan langsung dengan kesejahteraan para pekerja. Pekerja akan menjadi sejahtera apabila upah yang diberikan dapat mencukupi kebutuhan. Upah adalah harga yang harus dibayarkan kepada pekerja atas jasanya dalam produksi kekayaan seperti faktor produksi lainnya, tenaga kerja diberikan imbalan atas jasanya yang disertai upah. Dengan kata lain, upah adalah harga dari tenaga yang dibayar atas jasanya dalam produksi. Upah yang dimaksud disini adalah balas jasa yang berupa uang atau balas jasa lain yang diberikan lembaga atau organisasi perusahaan kepada pekerjanya atau karyawannya.

2. Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

3. Pendapatan dari usaha lain.

Merupakan pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan asset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, sumbangan dari pihak lain, dan pendapatan dari pensiun.

2.1.2.3 Penggolongan Pendapatan

Pendapatan yang diukur dari seorang konsumen biasanya bukan hanya pendapatan yang di terima oleh semua anggota keluarga dimana konsumen berada. Daya beli sebuah rumah tangga bukan hanya ditentukan oleh pendapatan dari satu orang (misalnya ayah saja), tetapi dari seluruh anggota rumah tangga yang bekerja. Menurut Mangkunegara (2012:204), daya beli dari sebuah rumah tangga akan ditentukan oleh total jumlah pendapatan dari semua anggota rumah tangga tersebut. Menurut Bank Dunia standar kemiskinan ekstrim adalah ketika seseorang yang hidup dengan pendapatan \$1,90 atau kurang dalam sehari. Sedangkan standar Republik Inonesia menyebutkan bahwasannya orang dikatakan miskin ketika pendapatnya kurang dari Rp 401.000,- per bulan untuk per orang.

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik membedakan pendapatan menjadi empat golongan yaitu:

1. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan.
2. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp 2.500.000 s/d Rp 3.500.000 per bulan.
3. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.000 per bulan.
4. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata adalah Rp 1.500.000 per bulan.

2.1.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Boediono (2012:150), pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Lebih lanjut Danil (2013), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

1. Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak masyarakat yang akan bekerja sehingga akan mempengaruhi penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

2. Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

3. Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

4. Keuletan bekerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

5. Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.

2.1.3 Tinjauan Tentang Harga

2.1.3.1 Pengertian Harga

Menurut Swastha (2010:147), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dalam penentuan nilai suatu barang dan jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang dan jasa dalam

memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan suatu barang dan jasa substitusi. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.

Lebih lanjut Alma (2011:169), mengemukakan bahwa harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran karena harga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel.

Selain itu, harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produk baik berupa jasa maupun barang. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh.

2.1.3.2 Peranan Harga

Menurut Tjiptono (2009:471), harga mempunyai peranan penting yang terdiri dari:

1. Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi akan menarik tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal usaha dan seterusnya.

2. Bagi Konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, pelayanan, nilai (*value*) dan kualitas).

3. Bagi Perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga

merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan.

2.1.3.3 Strategi Penetapan Harga

Menurut Rahman (2010:131-142), strategi pemasaran melalui harga terbagi menjadi enam strategi yaitu sebagai berikut:

1. Penetration Price

Penetration price adalah strategi pendekatan pemasaran yang menetapkan harga jual lebih rendah daripada harga normalnya dengan tujuan untuk mempercepat penetrasi atau penerimaan pasar pada produk yang ditawarkan. Artinya sebuah perusahaan atau unit bisnis yang memfokuskan kegiatannya pada peningkatan pangsa pasar dengan menetapkan harga barang lebih rendah dari pada harga normal. Strategi jangka panjangnya adalah untuk mempercepat penerimaan pasar atau meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada terhadap produk yang ditawarkan.

2. Skimming Price

Berbanding terbalik dengan *penetration price*, *skimming price* justru menetapkan harga pada tingkat yang tinggi dalam waktu tertentu. Strategi ini mengasumsikan konsumen tertentu akan membayar pada harga, produk, baik barang maupun jasa dengan tingkat yang tinggi tersebut dengan menganggap produk tersebut bernilai *prestisius*. Strategi pemasaran dengan menetapkan harga tinggi dalam waktu terbatas ini, perlahan kemudian akan diturunkan sampai dengan *level* yang kompetitif atau sesuai dengan harga pasar terhadap produk tersebut.

3. *Follow the Leader Price*

Follow the Leader Price merupakan strategi penetapan harga menurut pemimpin pasar, dengan menjadikan pesaing sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa.

4. *Variabel Price*

Sebuah unit bisnis menetapkan strategi harga *variabel* untuk menawarkan kelonggaran harga pada konsumen tertentu. Dalam beberapa unit bisnis, banyak perusahaan yang menetapkan daftar harga dalam dua bagian, yakni harga standar dan harga dengan kelonggaran bagi pembeli tertentu. Pengertian mudahnya, *variabel price* adalah pendekatan pemasaran dengan menetapkan lebih dari satu harga produk atau jasa dengan tujuan menawarkan harga pada konsumen.

5. *Flexible Price*

Pendekatan ini dapat digunakan jika jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sangat terbatas, sedangkan permintaan pembeli cenderung berubah di kemudian hari sehingga strategi ini menawarkan pendekatan pemasaran dengan penetapan harga yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan dalam permintaan konsumen.

6. *Price Linning*

Price linning adalah pendekatan pemasaran dengan menetapkan beberapa tingkat harga barang dagangan yang berbeda. Strategi ini menentukan beberapa harga yang berbeda yang memiliki item serupa dari barang dagangan eceran yang untuk dijual. Strategi penetapan ini memiliki keuntungan untuk menyederhanakan pilihan bagi konsumen dan mengurangi persediaan minimum yang diperlukan.

2.1.3.4 Metode Penetapan Harga

Menurut Tjiptono (2009:471), secara umum, terdapat empat metode untuk menetapkan harga yaitu:

1. Berbasis Permintaan

Suatu metode yang menekankan pada berbagai faktor yang memengaruhi selera dan kesukaan pelanggan berdasarkan kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, manfaat yang diberikan produk dan perilaku konsumen secara umum.

2. Berbasis Biaya

Faktor penetapan harga yang dipengaruhi aspek penawaran atau biaya dan bukannya aspek permintaan. Harga akan ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya langsung, *overhead* dan juga laba/rugi.

3. Berbasis Laba

Penetapan harga yang didasarkan pada keseimbangan biaya dan pendapatan. Metode ini memiliki 3 pendekatan yaitu, target *profit pricing* (penetapan harga berdasarkan target keuntungan), target *return on sales pricing* (target harga berdasarkan penjualan) dan target *return on investment pricing* sebuah perusahaan.

4. Berbasis Persaingan

Penetapan harga yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing. Metode ini memiliki tiga pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar

persaingan tidak terlalu besar atau memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas yang lebih baik.

2.1.3.5 Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan tercapai. Hal ini penting karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penetapan harga.

Menurut Assauri (2014:224-227), ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil yaitu:

1. Memperoleh laba yang maksimum

Salah satu tujuan yang paling lazim dan utama dalam penetapan harga adalah memperoleh hasil laba jangka pendek yang maksimal. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan (*sales revenue*) dan total biaya, dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan yang maksimal paling memuaskan.

2. Mendapatkan *share* pasar tertentu

Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan karena perusahaan percaya bahwa jika *share* pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan.

3. Memerah pasar (*market skimming*)

Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka. Jadi dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (*present value*) yang tinggi bagi mereka.

4. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu

Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dapat dicapai apabila terdapat kombinasi harga dan kuantitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu.

5. Mencapai keuntungan yang ditargetkan

Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa *rate of return* yang memuaskan. Meskipun harga yang lebih tinggi dapat memberikan atau menghasilkan tingkat laba yang berlaku (*conventional*) bagi tingkat investasi dan risiko yang ditanggung.

6. Mempromosikan produk

Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya, bukan semata-mata bertujuan mendapatkan

keuntungan yang besar. Perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah pada suatu waktu untuk suatu macam produk, dengan maksud agar langganan membeli juga produk-produk lain yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.1.4 Hubungan Pendapatan, Harga dan Permintaan

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh suatu kelompok maupun individual dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Besar atau kecilnya suatu pendapatan yang diperoleh oleh suatu kelompok maupun individual akan sangat mempengaruhi tingkat permintaan akan suatu produk.

Pendapatan masyarakat merupakan cermin atau gambaran utama dari daya beli masyarakat, sehingga akan mempengaruhi permintaan barang dari segi kuantitas maupun kualitas. Masyarakat yang memiliki pendapatan setiap bulannya yang tinggi akan berbeda jenis dan jumlah barang yang dibeli atau diminta karena pendapatan sangat mendukung barang-barang yang diinginkan sesuai dengan daya belinya. Bandingkan dengan orang yang gajinya hanya cukup untuk makan bahkan sering kekurangan, mereka hanya mampu membeli barang yang sesuai kecukupan dengan uang yang dimiliki. Beda lagi dengan orang yang bisa membeli banyak barang karena kelebihan uang dari pendapatannya. Dalam hal ini, pada tingkat pendapatan masyarakat yang tinggi, permintaan barang dan jasa akan mengalami peningkatan. Transaksi akan berjalan dengan lancar, distribusi ekonomi lancar karena masyarakat mengalami kecukupan untuk

membeli barang sesuai permintaannya. Sebaliknya pada tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, permintaan barang dan jasa akan mengalami penurunan.

Selain pendapatan, faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan adalah harga. Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Tinggi atau rendahnya harga suatu produk akan mempengaruhi permintaan terhadap produk tersebut. Dalam hal ini, harga memiliki hubungan yang negatif terhadap permintaan, dimana apabila harga suatu produk mengalami peningkatan maka permintaan akan produk tersebut mengalami penurunan dan sebaliknya apabila harga suatu produk mengalami penurunan maka permintaan terhadap produk tersebut akan mengalami peningkatan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Variabel	Hasil penelitian
1	Mahardani (2018) Pengaruh Harga dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Janur Di Desa Ubud, Kabupaten Gianyar	Harga (X1) Pendapatan (X2) Permintaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara serempak maupun parsial harga janur, harga ibung dan pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah janur yang diminta di Desa Ubud, Kabupaten Gianyar.

Tabel 2.1 Lanjutan

2	<p>Taufiq (2018)</p> <p>Pengaruh Harga dan Pendapatan Perkapita Terhadap Permintaan Uang Windu</p>	<p>Harga (X1) Pendapatan (X2) Permintaan (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan pasar uang windu di Kutai Kartanegara 2005 - 2015, sedangkan variabel pendapatan per kapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan uang windu di Kutai Kartanegara 2005 - 2015.</p>
3.	<p>Irsan (2019)</p> <p>Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Pasar dan Pendapatan Petani Tambak Bandeng di Desa Bantayan Kecamatan Simpang Ulim Kabupaten Aceh Timur</p>	<p>Harga (X1) Permintaan (Y1) Pendapatan (Y2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial menyatakan bahwa harga bandeng berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan dan pendapatan petani bandeng di Desa Bantayan Kecamatan Simpang Ulim.</p>
4	<p>Purba (2014)</p> <p>Analisis Permintaan Bawang Merah (<i>Allium Ascalonicum L</i>) di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara</p>	<p>Pendapatan (X1) Harga (X2) Jumlah Tanggungan (X3) Permintaan Bawang Merah (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa permintaan bawang merah di Kota Medan dipengaruhi oleh pendapatan, harga bawang merah dan jumlah tanggungan keluarga penduduk (rumah tangga). Berdasarkan hasil pengujian (uji beta) Pengaruh perubahan pendapatan terhadap permintaan bawang merah sebesar 1,76 satuan yang berarti bersifat elastis. Pengaruh perubahan harga terhadap permintaan bawang merah sebesar sebesar 0,58 satuan yang berarti bersifat inelastis. Sedangkan pengaruh perubahan jumlah tanggungan terhadap permintaan bawang merah sebesar 1,19 satuan yang berarti bersifat elastis.</p>

Tabel 2.1 Lanjutan

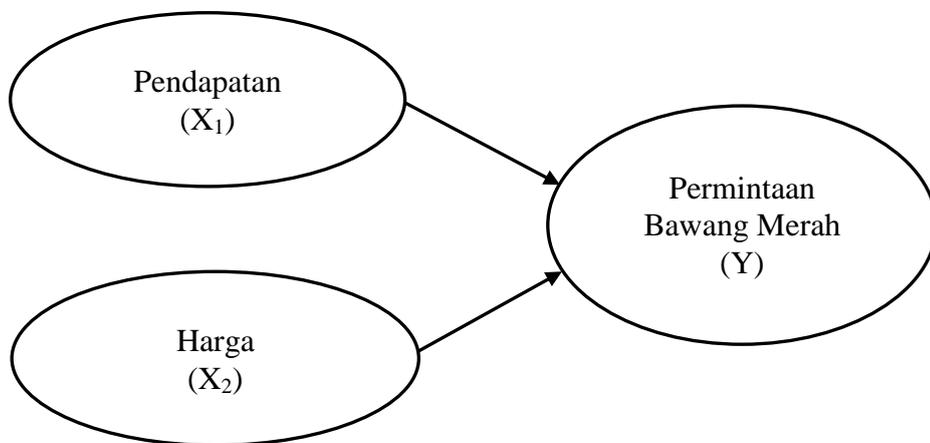
5	Pardian (2016) Analisis Penawaran dan Permintaan Bawang Merah di Provinsi Jawa Barat	Bawang Merah (X) Penawaran dan Permintaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola produksi bawang merah Jawa Barat sangat dipengaruhi oleh 5 kabupaten sentra produksi utama (Cirebon, Bandung, Majalengka, Garut, Kuningan). Produktivitas bawang merah relatif stagnan karena belum terjadi perubahan yang signifikan terkait dengan teknologi budidaya dan pasca panen untuk meningkatkan produktivitas. Di sisi permintaan, tingkat permintaan bawang merah cenderung mengikuti kenaikan jumlah penduduk. Ini menyebabkan Jawa Barat selalu defisit dalam ketersediaan bawang merah.
6	Cahyaningrum et al., (2018) Analisis Permintaan Bawang Merah di Kota Surakarta	Harga Cabai Merah (X1) Harga Cabai Rawit (X2) Jumlah Penduduk (X3) Pendapatan Perkapita (X4) Permintaan Bawang Merah (Y)	Hasil analisis menunjukkan bahwa harga bawang putih, harga cabai merah, harga cabai rawit, jumlah penduduk dan pendapatan perkapita yang secara individu berpengaruh nyata terhadap permintaan bawang merah di Kota Surakarta. Nilai korelasi <i>Pearson</i> menunjukkan bahwa variabel harga bawang putih, harga cabai merah dan harga cabai rawit memiliki hubungan cukup kuat dengan permintaan bawang merah di Kota Surakarta.
7	Lay (2018) Analisis Permintaan Komoditi Bawang Merah di Kabupaten Timor Tengah Selatan	Harga (X1) Jumlah Konsumsi (X2) Pendapatan Rumah Tangga (X3) Permintaan Bawang Merah (Y)	Hasil penelitian menunjukkan, (1) permintaan komoditi bawang merah dipengaruhi oleh harga bawang merah itu sendiri, jumlah konsumsi bawang merah dan pendapatan rumah tangga, (2) Nilai koefisien elastisitas harga komoditi bawang merah di Desa Mnelalete Kecamatan Amanuban Barat sebesar 0,60 dan Kelurahan Karang Siri Kecamatan Kota Soe sebesar 0.97

Tabel 2.1 Lanjutan

8	Dahar (2017) Analisis Permintaan Bawang Merah	Harga Bawang Merah (X1) Harga Bawang Putih(X2) Harga Daun Bawang (X3) Pendapatanm (X4) Jumlah Tanggunganm(X5) Permintaan Bawang Merah (Y)	Hasil analisis uji t didapat bahwa hanya variabel harga bawang merah dan jumlah tanggungan yang signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan variabel lainnya yaitu harga bawang putih, daun bawang dan pendapatan tidak signifikan. Hasil analisis uji F diperoleh bahwa koefisien regresi signifikan secara statistic pada tingkat kepercayaan 95%.
9	Yenfriadi et al. (2020) Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Pulau Sumatera	Harga Bawang Merah (X1) Jumlah Penduduk (X2) Pendapatan Per Kapita (X3) Permintaan Bawang Merah (Y)	Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan harga bawang merah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Bawang Merah di Pulau Sumatera. Hasil pengujian hipotesis kedua jumlah penduduk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Bawang Merah di Pulau Sumatera. Hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan Pendapatan per kapita tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan Bawang Merah di Pulau Sumatera.
10	Arafah (2019) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah Di Kota Medan	Harga Bawang Merah (X1) Pendapatan Konsumen (X2) Jumlah Anggota Keluarga (X3) Harga Bawang Bombay Kuning (X4) Permintaan Bawang Merah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah adalah harga bawang merah, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga, sedangkan yang tidak berpengaruh adalah harga bawang bombay kuning.

2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah. Berdasarkan uraian landasan teori di atas dalam tinjauan pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka kajian digunakan untuk memudahkan pemahaman konsep yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kerangka pikir dan rumusan masalah di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
2. Diduga bahwa harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
3. Diduga bahwa pendapatan dan harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian merupakan dasar dalam melakukan penelitian (Hadi, 2009). Oleh sebab itu jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Sedangkan waktu pelaksanaan pada penelitian ini yaitu dua bulan sejak terbitnya surat izin penelitian yaitu bulan Juli sampai dengan Agustus 2021.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari yang kemudian ditarik kesimpulan, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu (Wahyono, 2017). Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yang berjumlah 24.428 jiwa (BPS Kabupaten Luwu Utara, 2020).

Sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat diregeneralisasikan pada populasi (Hendriadi, 2010). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel secara acak (*random*). Untuk sampel penelitian, penulis mengambil sampel sebanyak 5 orang dari 13 desa yang ada di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 65 orang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Yusuf (2017:58), data kuantitatif adalah data berupa angka yang merupakan alat untuk menganalisis keterangan. Metode penelitian kuantitatif membutuhkan hipotesis atau pertanyaan yang harus atau perlu dijawab, untuk mencapai tujuan penelitian. Sehingga penelitian kuantitatif berguna untuk mendukung hipotesis serta berguna bagi peneliti untuk mengetahui hubungan antara dua variabel maupun lebih yang dimana variabel tersebut adalah objek penelitiannya.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari observasi atau pengamatan secara langsung dari perusahaan, yaitu dengan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara terkait dengan pengaruh pendapatan dan harga terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui dua tahap penelitian, yaitu:

a. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi yang dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian terkait dengan masalah yang diteliti pada penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode cara pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis dan terstruktur yang diajukan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada masyarakat Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yang merupakan sampel pada penelitian ini. Kuesioner berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan tentang variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu permintaan bawang merah, pendapatan dan harga.

c. Teknik Literatur

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang telah ada seperti referensi dari buku, internet, serta jurnal-jurnal yang digunakan sebagai landasan teori dan acuan membuat item-item pertanyaan/pernyataan dalam penulisan penelitian ini.

3.6 Definisi Operasional

- a. Permintaan bawang merah adalah jumlah kebutuhan bawang merah yang dibeli dan dikonsumsi oleh masyarakat di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- b. Pendapatan masyarakat adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh masyarakat di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.
- c. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga pada penelitian ini adalah harga komoditas bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Margono (2010), instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran Skala Likert. Menurut Riduwan dan Akdon (2010), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item

instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Skala Penilaian Angket

No	Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan dan Akdon (2010)

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat tes kuesioner tersebut benar-benar telah mencerminkan dan mewakili variabel yang diukur. Pada dasarnya uji validitas ini merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan nilai rtabel, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,5$.

Menurut Ghozali (2016:52), Kriteria uji validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika rhitung lebih besar dari rtabel, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika rhitung lebih kecil dari rtabel, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun diuji berkali-kali. Reliabilitas instrument dapat mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan. Menurut Ghazali (2016:48), suatu instrument penelitian dapat dikatakan *reliable* (handal) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

3.9 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2011:210), analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Adapun persamaan regresi linier berganda menurut Suharyadi dan Purwanto (2011:210) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y' = Permintaan Bawang Merah

X_1 = Pendapatan (Rp per tahun)

X_2 = Harga (Rp per tahun)

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n=0$)

b_1 = Koefisien regresi pendapatan

b_2 = Koefisien regresi harga

e = Eror

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu

Utara

Secara geografis letak suatu daerah akan berpengaruh terhadap pola kehidupan dan daya adaptasi masyarakat terhadap kondisi alam di daerah tersebut. Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara berada di $2^{\circ} 41' 8'' - 2^{\circ} 55' 36''$ lintang Selatan dan $120^{\circ} 14' 50'' - 120^{\circ} 24' 6''$ Bujur Timur, dengan ketinggian 9 m dari permukaan laut. Dengan suhu maksimal $35,8^{\circ}\text{C}$ dan suhu minimal $22,6^{\circ}\text{C}$. Orbitasi atau jarak dari pusat pemerintahan Kabupaten Luwu Utara ± 41 km. Secara administratif Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara memiliki luas $\pm 214,05 \text{ Km}^2$ dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Baebunta.
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Malangke.
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Teluk Bone.
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Luwu.

Secara garis besar, perbatasan tersebut mempunyai keterkaitan antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Meskipun semua daerah dipisahkan oleh pembatas yang menjadi batas teritorial, akan tetapi hubungan antara daerah tidak menunjukkan perbedaan atau jurang pemisah yang senantiasa berhubungan dengan daerah lainnya. Dalam hal ini, Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara terbagi menjadi 13 desa yaitu Pombakka, Waelawi, Pengkajoang,

Pao, Waetuwo, Arusu, Pembuniang, Cenning, Wara, Limbong Wara, Kalitata, Pole Jiwa dan Baku-baku yang terdiri dari berbagai etnis suku yang saling hidup berdampingan dengan damai.

Pada tahun 2019 tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara masih tergolong rendah. Dengan luas wilayah 214,05 Km² dan jumlah penduduk sebanyak 24.428 orang, maka tingkat kepadatan penduduk di kecamatan ini hanya sebesar 114 orang per Km². Dengan kata lain setiap Km luas wilayah di Kecamatan Malangke Barat secara rata-rata hanya didiami oleh 114 orang. Pada tahun yang sama, jumlah penduduk laki-laki sebanyak 12.228 orang dan jumlah penduduk perempuan 12.200 orang. Dengan demikian maka rasio jenis kelamin adalah sebesar 100, yang artinya dari setiap 100 penduduk perempuan terdapat 100 penduduk laki-laki.

Pada bidang pendidikan, Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sudah sudah tergolong baik. Hal tersebut terlihat dari banyaknya jumlah fasilitas pendidikan yang terdapat di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Adapun jumlah Taman Kanak-Kanak sebanyak 24 unit, Sekolah Dasar dan sederajat sebanyak 26 unit, SLTP sederajat sebanyak 12 unit dan SLTA sederajat sebanyak 3 unit.

Selin itu, jumlah total murid Sekolah Dasar sebanyak 2.433 murid terdiri dari 1.262 murid laki-laki dan 1.171 murid perempuan. Murid SMP sebanyak 711 murid, terdiri dari 371 murid laki-laki dan 340 murid perempuan. Murid SMA sebanyak 462 orang, terdiri dari 278 murid laki-laki dan 184 murid perempuan. Jika dilihat per jenjang pendidikan, jumlah guru di jenjang Sekolah Dasar

sebanyak 185 guru terdiri dari 36 laki-Laki dan 149 Perempuan , SMP sebanyak 61 guru, terdiri dari 15 laki-laki dan 46 perempuan dan SLTA sebanyak 55 guru, terdiri dari 15 Laki-Laki dan 40 Perempuan.

Di bidang kesehatan, fasilitas dan sarana kesehatan di Kecamatan Malangke Barat relatif baik. Untuk melayani 22 desa yang ada, terdapat 1 unit puskesmas, 5 unit puskesmas, 8 polindes/poskesdes dan 30 posyandu, 1 tempat praktek dokter, dan 8 tempat praktek bidan serta 1 apotek/toko obat. Di samping itu, kondisi kesehatan lingkungan di Kecamatan Malangke Barat relatif baik. Di mana terdapat tujuh desa yang sebagian besar penduduknya sudah memiliki jamban sendiri, 6 desa sebagian besar penduduk menggunakan bukan jamban. Walaupun demikian, keadaan saluran pembuangan limbah cair di hampir seluruh desa tidak lancar. Di seluruh desa, sebagian besar masyarakat melakukan pengelolaan sampah masyarakat dilakukan dengan membakar sampah.

Ditunjang oleh kondisi alamnya yang subur, Kecamatan Malangke Barat mempunyai potensi yang besar di bidang pertanian. Pengelolaan sektor pertanian secara optimal diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah Malangke Barat. Pada tahun 2018, produksi padi di kecamatan ini mencapai 9.146,30 ton yang dihasilkan dari lahan seluas 1.447,20 Ha. Selain itu produksi jagung mencapai 56.418,34 ton.

Di bidang peternakan dan perikanan juga tidak kalah, dimana kerbau merupakan hewan ternak besar yang paling banyak terdapat di Kecamatan Malangke Barat. Pada tahun 2018, populasi Sapi mencapai 752 ekor. Selain itu juga terdapat kerbau (1.447 ekor), kambing (768 ekor). Selain itu, jenis unggas

yang paling banyak terdapat adalah ayam kampung (87.074 ekor), ayam petelur (8.750) dan itik sebanyak 4.983 ekor.

Di bidang industri dan pertambangan terdapat 128 Industri Kecil dan Menengah di Kecamatan Malangke Barat pada tahun 2019 dalam bentuk industri Makanan, Minuman dan Tembakau sebanyak 48 Industri, 35 Industri barang dari kayu, 2 industri barang dari logam dan industri lainnya sebanyak 43 buah.

Kehidupan beragama adalah salah satu hal penting dalam bermasyarakat. Tanpa adanya nilai-nilai agama akan membuat kehidupan kacau balau. Kehidupan beragama di Kecamatan Malangke Barat tergolong baik, di mana masyarakat hidup berdampingan dengan damai tanpa memandang status sosial dan keagamaan. Kehidupan beragama juga tidak terlepas dari keberadaan tempat-tempat ibadah di suatu daerah. Untuk menunjang kehidupan beragama di Kecamatan Malangke Barat terdapat fasilitas tempat ibadah berupa masjid 63 buah, mushala 12 buah dan gereja 15 buah.

4.1.2 Identitas Responden

Responden pada penelitian adalah masyarakat di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yang berjumlah 65 orang. Dimana responden pada penelitian memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik yang diamati dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga.

a. Identitas Responen berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	22	33,85
2	Perempuan	43	66,15
Jumlah		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 22 orang atau sekitar 33,85% dari seluruh jumlah responden sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 43 orang atau sekitar 66,15% dari seluruh jumlah responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih didominasi oleh perempuan.

b. Identitas Responen berdasarkan Umur

Adapun identitas responden berdasarkan umur pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Identitas Responden berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	26-36	16	24,62
2	37-46	27	41,54
3	47-56	15	23,08
4	>56	7	10,77
Jumlah		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 65 orang responden, tidak ada responden yang berumur antara 26-36 tahun berjumlah 16 orang atau sekitar 24,62% dari seluruh jumlah responden, yang berumur antara 37-46 tahun berjumlah 27 orang atau sekitar 41,54% dari seluruh jumlah responden, yang berumur antara 47-56 tahun berjumlah 15 orang atau sekitar

23,08% dari seluruh jumlah responden dan yang berumur di atas 56 tahun berjumlah 7 orang atau sekitar 10,77% dari seluruh jumlah responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih didominasi oleh yang berumur antara 37-46 tahun yang masih tergolong dalam usia yang produktif.

c. Identitas Responen berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	SD	3	4,62
2	SMP	6	9,23
3	SMA	41	63,08
4	Diploma	4	6,15
5	Sarjana	11	16,92
Jumlah		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa responden yang menyelesaikan pendidikan sampai dengan Sekolah Dasar (SD) berjumlah 3 orang atau sekitar 4,62% dari seluruh jumlah responden, responden yang menyelesaikan pendidikan sampai dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 6 orang atau sekitar 9,23% dari seluruh jumlah responden, responden yang menyelesaikan pendidikan sampai dengan Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 41 orang atau sekitar 63,08% dari seluruh jumlah responden, responden yang menyelesaikan pendidikan sampai dengan Diploma berjumlah 4 orang atau sekitar 6,15% dari seluruh jumlah responden dan responden yang menyelesaikan

pendidikan sampai dengan Sarjana berjumlah 11 orang atau sekitar 16,92% dari seluruh jumlah responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih didominasi oleh mereka yang menyelesaikan pendidikan sampai ke jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA).

d. Identitas Responen berdasarkan Pekerjaan

Adapun identitas responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Petani	20	30,77
2	Wiraswasta	16	24,62
3	PNS	6	9,23
4	Karyawan Swasta	9	13,85
5	Tukang	3	4,62
6	Ibu Rumah Tangga	11	16,92
Jumlah		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai petani berjumlah 20 orang atau sekitar 30,77% dari seluruh jumlah responden, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 16 orang atau sekitar 24,62% dari seluruh jumlah responden, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil berjumlah 6 orang atau sekitar 9,23% dari seluruh jumlah responden, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 9 orang atau sekitar 13,85% dari seluruh jumlah responden, responden yang bekerja sebagai tukang berjumlah 3 orang atau sekitar 4,62% dari seluruh jumlah responden dan responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga berjumlah 11 orang atau sekitar 16,92% dari seluruh jumlah responden. Hal tersebut

menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih didominasi oleh mereka yang bekerja sebagai petani.

e. Identitas Responen berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Adapun identitas responden berdasarkan jumlah Anggota keluarga pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Identitas Responden berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Responden	Persentase
1	1 – 3	33	50,77
2	4 – 6	28	43,08
3	>6	4	6,15
Jumlah		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada di atas, diketahui bahwa responden yang memiliki tanggungan keluarga antara 1-3 orang berjumlah 33 orang atau sekitar 50,77% dari seluruh jumlah responden, responden yang memiliki tanggungan keluarga antara 4-6 orang berjumlah 28 orang atau sekitar 43,08% dari seluruh jumlah responden dan responden yang memiliki tanggungan keluarga lebih dari 6 orang berjumlah 4 orang atau sekitar 6,15% dari seluruh jumlah responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih didominasi oleh mereka yang memiliki tanggungan dalam keluarganya berjumlah antara 1-3 orang.

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas pada penelitian dilakukan dengan menggunakan *coefficient correlation pearson* yaitu menghitung korelasi antara skor masing-masing skor indikator dengan total

konstruk atau variabel dengan ketentuan apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pendapatan (X ₁)	1	0,597	0,244	Valid
	2	0,508	0,244	Valid
	3	0,801	0,244	Valid
	4	0,591	0,244	Valid
	5	0,667	0,244	Valid
	6	0,608	0,244	Valid
Harga (X ₂)	1	0,556	0,244	Valid
	2	0,701	0,244	Valid
	3	0,424	0,244	Valid
	4	0,590	0,244	Valid
	5	0,765	0,244	Valid
	6	0,593	0,244	Valid
Permintaan Bawang Merah (Y)	1	0,589	0,244	Valid
	2	0,572	0,244	Valid
	3	0,550	0,244	Valid
	4	0,793	0,244	Valid
	5	0,587	0,244	Valid
	6	0,719	0,244	Valid

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa setiap item pernyataan untuk masing-masing variabel penelitian ini memiliki nilai *coefficient correlation pearson* (r hitung) yang lebih besar daripada nilai r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas instrumen pada penelitian ini adalah

cronbach alpha dengan cara membandingkan nilai alpha dengan standarnya. Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,6 menunjukkan keandalan (reliabilitas). Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Alpha	Keterangan
Pendapatan (X_1)	0,694	Reliabel
Harga (X_2)	0,658	Reliabel
Permintaan Bawang Merah (Y)	0,703	Reliabel

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60 atau dapat dikatakan semua pernyataan masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Sehingga untuk selanjutnya pernyataan-pernyataan pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Pada bagian ini akan digambarkan tentang tanggapan responden terhadap variabel dalam penelitian ini. Untuk mengetahui persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala likert. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuisisioner dapat memudahkan pengambilan data yang diperlukan diukur dengan menggunakan skala likert dengan tingkatan sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
- b. Jawaban setuju diberi bobot 4
- c. Jawaban netral diberi bobot 3

- d. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1

Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan perhitungan persentase. Berikut adalah rumus analisis diskriptif dalam penelitian ini yaitu

$$\begin{aligned} \text{Rataan Skor} &= \frac{\text{Skor maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

- a. 1,00 - 1,80 = Sangat Rendah (SR)
- b. 1,81 - 2,60 = Rendah (R)
- c. 2,61 - 3,40 = Sedang (S)
- d. 3,41 - 4,20 = Tinggi (T)
- e. 4,21 - 5,00 = Sangat Tinggi (ST)

Adapun tanggapan responden tentang variabel pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan

Adapun tanggapan responden terhadap variabel pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompensai

No	Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Saya memperoleh pendapatan setiap bulan.	-	1	7	41	16	4,11	T
2.	Pendapatan yang saya peroleh	-	1	5	39	20	4,20	T

	perbulan lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan saya dan keluarga.							
3.	Saya mempunyai pekerjaan tetap sehingga mempunyai pendapatan yang cukup.	-	1	4	33	27	4,32	ST
4.	Pendapatan saya tidak menentu karena pekerjaan saya serabutan.	-	-	6	33	26	4,31	ST
5.	Setiap bulan saya menyisihkan pendapatan sebagai tabungan.	-	-	4	29	32	4,43	ST
6.	Dengan pendapatan yang saya peroleh, saya dapat memenuhi kebutuhan saya.	-	2	3	37	23	4,25	ST
Total							25,62	
Rata-rata							4,27	ST

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel pendapatan ditanggapi dengan sangat tinggi. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,27 berada pada interval 4,21 – 5,00.

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

Adapun tanggapan responden terhadap variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

No	Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Harga bawang merah yang dijual di Kecamatan Malangke Barat relatif terjangkau.	-	1	7	37	20	4,17	T
2.	Harga bawang merah yang dijual di Kecamatan Malangke Barat mahal.	-	1	7	39	18	4,14	T
3.	Harga bawang merah yang ditawarkan di Kecamatan Malangke Barat sesuai dengan manfaat yang dimilikinya.	-	1	4	36	24	4,28	ST
4.	Harga bawang merah yang ditawarkan di Kecamatan	-	-	13	32	20	4,11	T

	Malangke Barat lebih murah dibandingkan dengan wilayah lain.							
5.	Harga bawang merah yang dijual di Kecamatan Malangke Barat sesuai dengan kualitas bawang yang ditawarkan oleh penjual.	-	1	10	30	24	4,18	T
6.	Saya tidak memperhatikan harga melainkan memperhatikan manfaat yang saya peroleh dari membeli bawang.	-	-	13	30	22	4,14	T
Total							25,02	
Rata-rata							4,17	T

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel harga ditanggapi dengan tinggi. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,17 berada pada interval 3,41 – 4,20.

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Permintaan Bawang Merah

Adapun tanggapan responden terhadap variabel permintaan bawang merah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Permintaan Bawang Merah

No	Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1.	Saya membeli bawang merah karena bawang merah mempunyai manfaat dalam meningkatkan cita rasa masakan.	-	-	-	24	41	4,63	ST
2.	Saya membeli bawang merah karena bawang merah mempunyai manfaat untuk kesehatan.	-	1	7	41	16	4,11	T
3.	Saya membeli bawang merah karena harganya yang relatif murah dan terjangkau.	-	1	5	39	20	4,20	T
4.	Saya membeli bawang merah karena kualitas bawang merah yang ditawarkan cukup bagus.	-	1	4	33	27	4,32	ST
5.	Saya membeli bawang merah karena keluarga saya suka	-	-	6	33	26	4,32	ST

	mengonsumsi bawang merah.								
6.	Pendapatan saya mencukupi untuk memenuhi kebutuhan bawang merah keluarga saya.	-	-	4	29	32	4,43	ST	
Total							26,00		
Rata-rata							4,33	ST	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel permintaan bawang merah ditanggapi dengan sangat tinggi. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,33 berada pada interval 4,21 – 5,00.

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan harga terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,541	1,023		2,484	,016
	Pendapatan	,925	,039	,962	23,494	,000
	Harga	-,009	,038	-,010	-,238	,812

a. Dependent Variable: Permintaan Bawang Merah

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,541 + 0,925X_1 - 0,009X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai $a = 2,541$, berarti bahwa apabila nilai koefisien regresi untuk variabel pendapatan dan harga konstan atau sama dengan nol, maka permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sebesar 2,541.
- b. Nilai $b_1 = 0,925$, berarti bahwa apabila pendapatan naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sebesar 0,925 satuan.
- c. Nilai $b_2 = -0,009$, berarti bahwa apabila harga naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sebesar 0,009 satuan.

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel pendapatan dan harga terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Adapun hasil uji F (uji simultan) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	323,063	2	161,531	346,090	,000 ^b
	Residual	28,937	62	,467		
	Total	352,000	64			

a. Dependent Variable: Permintaan Bawang Merah

b. Predictors: (Constant), Harga, Pendapatan
Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis varians menunjukkan bahwa nilai F hitung pada pendugaan pengaruh variabel pendapatan dan harga terhadap permintaan bawang

merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sebesar 346,090 sedangkan nilai F tabel adalah 3,145 dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ pada taraf kepercayaan 95% sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel pendapatan dan harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Pada peneliiian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan dan harga secara parsial terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Berdasarkan tabel 4.11 di atas diperoleh hasil uji secara parsial sebagai berikut:

- 1) Untuk variabel pendapatan diperoleh nilai t hitung sebesar $23,494 >$ nilai t tabel yaitu 1,999 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- 2) Untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,238 <$ nilai t tabel yaitu 1,999 dan signifikansi sebesar $0,812 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,918 yang berarti bahwa variasi perubahan pendapatan dan harga berpengaruh sebesar

91,80% terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara, sedangkan sisanya sebesar 8,20% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Bawang Merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara

Hasil uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar $23,494 >$ nilai t tabel yaitu $1,999$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta koefisien regresi untuk variabel pendapatan bernilai positif ($0,925$) yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan akan mempengaruhi peningkatan permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan sangat mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap suatu barang ataupun jasa. Pendapatan masyarakat merupakan cermin atau gambaran utama dari daya beli masyarakat, sehingga akan mempengaruhi permintaan barang ataupun jasa. Masyarakat yang memiliki pendapatan setiap bulannya yang tinggi akan berbeda jenis dan jumlah barang yang dibeli atau diminta karena pendapatan sangat mendukung barang-

barang yang diinginkan sesuai dengan daya belinya. Dimana pada tingkat pendapatan masyarakat yang tinggi, permintaan barang dan jasa akan mengalami peningkatan. Transaksi akan berjalan dengan lancar, distribusi ekonomi lancar karena masyarakat mengalami kecukupan untuk membeli barang sesuai permintaannya. Sebaliknya pada tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, permintaan barang dan jasa akan mengalami penurunan. Distribusi ekonomi akan tersendat, bila pendapatan terus menurun pasar akan lesu karena kekurangan pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufiq (2018), yang mengemukakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap permintaan bawang merah. Dalam hal ini, pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh suatu kelompok maupun individual dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Selain harga, pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Besar atau kecilnya suatu pendapatan dari kelompok maupun individual akan sangat mempengaruhi tingkat permintaan akan suatu produk.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Bawang Merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara

Hasil uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,238 < \text{nilai } t \text{ tabel}$ yaitu 1,999 dan signifikansi sebesar $0,812 < 0,05$ serta koefisien regresi untuk variabel harga bernilai negatif (-0,009) yang berarti bahwa setiap peningkatan harga akan mempengaruhi penurunan permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Berdasarkan hasil tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan

terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah faktor yang mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap suatu barang ataupun jasa. Oleh karena itu, dalam penetapan harga penjual harus memperhatikan persepsi masyarakat terhadap harga produk atau jasa yang ditetapkan. Dalam hal ini, jika masyarakat merasa bahwa nilai produk tidak sesuai dengan harga produk dan jasa atau harga produk dan jasa yang ditawarkan lebih tinggi dari nilai produk dan jasa tersebut, maka masyarakat tidak akan membeli produk dan jasa tersebut sehingga akan mempengaruhi penurunan permintaan terhadap produk ataupun jasa tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yenfriadi et al. (2020), yang mengemukakan bahwa terdapat pengaruh negatif harga terhadap permintaan bawang merah. Dalam hal ini, semakin tinggi harga bawang merah yang ditawarkan akan mengakibatkan terhadap penurunan permintaan bawang merah, karena dianggap harga terlalu tinggi atau mahal. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama bagi para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa.

4.2.3 Pengaruh Pendapatan dan Harga Secara Simultan Terhadap Permintaan Bawang Merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara

Hasil uji secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar $346,090 >$ nilai F tabel yaitu $3,145$, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *R Square* sebesar $0,918$. Berdasarkan hasil tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa secara simultan pendapatan dan harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara dengan persentase pengaruh sebesar $91,80\%$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini yang menyatakan bahwa pendapatan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardani (2018), yang mengemukakan bahwa berdasarkan secara serempak baik harga maupun pendapatan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan. Dalam hal ini, pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Semakin tinggi pendapatan masyarakat akan semakin tinggi pula daya belinya dan tentunya permintaan akan suatu produk juga akan meningkat. Selain itu, penetapan harga sebuah produk merupakan penentuan terciptanya permintaan di pasar. Kesesuaian harga dengan kualitas akan meyakinkan konsumen untuk membeli sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga permintaan konsumen atas produk tersebut akan semakin meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- b. Harga tidak berpengaruh terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.
- c. Pendapatan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi masyarakat Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara sebaiknya memperhatikan variabel pendapatan agar permintaan bawang merah juga mengalami peningkatan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya agar kiranya menambah variabel lain yang dianggap berpengaruh terhadap permintaan bawang merah agar hasil penelitian selanjutnya dapat diperoleh model regresi yang jauh lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*. Bandung: Alfabeta.
- Arafah, S. N. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah Di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*, 6(2), 124–132.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Boediono. (2012). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Cahyaningrum, O., Fajarningsih, R. U., & Ani, S. W. (2018). Analisis Permintaan Bawang Merah di Kota Surakarta. *AGRISTA*, 6(3), 62–88.
- Case, K. L., & Fair, R. C. (2005). *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Dahar, D. (2017). Analisis Permintaan Bawang Merah. *Jurnal Argopolitan*, 04(1).
- Danil, M. (2013). Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen. *Journal Konomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, IV(7), 1–9.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2009). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haryati. (2007). *Ekonomi Mikro*. Jember: CSS.
- Irsan. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Pasar dan Pendapatan Petani Tambak Bandeng di Desa Bantayan Kecamatan Simpang Ulim Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal*, 02(02), 75–83.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Kelima*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lay, S. M. C. (2018). Analisis Permintaan Komoditi Bawang Merah di Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 20(01), 32–40.
- Lipsey. (1995). *Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Mahardani, I. A. S. (2018). Pengaruh Harga dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Janur Di Desa Ubud, Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(5), 1084–1111.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mankiw, N. G. (2003). *Teori Makro Ekonomi, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Margono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nopirin. (2000). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Pardian, P. (2016). Analisis Penawaran dan Permintaan Bawang Merah di Provinsi Jawa Barat. *Agricore- Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(2), 149–157.
- Purba, N. N. (2014). Analisis Permintaan Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L*) di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. *Journal on Social Economic of Agriculture and Business*.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2015). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Reksoprayitno. (2010). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto. (2002). *Ekonomi Mikro; Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suharyadi, & Purwanto. (2011). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukirno, S. (2012). *Makroekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunarjono. (2014). *Bertanam 36 Jenis Sayuran*. Jakarta: Penenbar Swadaya.
- Suwiknyo, D. (2009). *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

- Taufiq. (2018). Pengaruh Harga dan Pendapatan Perkapita Terhadap Permintaan Uang Windu. *Forum Ekonomi*, 20(1), 46–53.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yenfriadi, R., Harahap, E. F., & Tasri, E. S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Pulau Sumatera. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(3).
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*. Jakarta: Kencana.

