

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP KOMODITI
KENTANG DI PASAR TRADISIONAL SEI SIKAMBING**

SKRIPSI

Oleh :

HANIFA KHAIRIAH

1704300096

AGRIBISNIS



FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

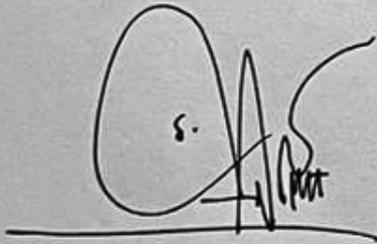
SKRIPSI

Oleh :

HANIFA KHAIIRIAH
1704300096
AGRIBISNIS

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi (S1) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing



Muhammad Thamrin S.P., M.Si.

Ketua

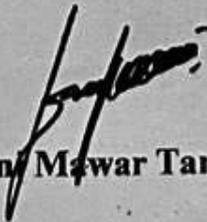


Surnaherman S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan S.P., M.Si.

Tanggal Lulus : 02-02-2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Hanifa Khairiah
NPM : 1704300096

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Komoditi Kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan cantumkan sumber yang jelas.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarisme*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 24 Mei 2023

Yang Menyatakan



Hanifa Khairiah

RINGKASAN

Hanifa Khairiah , penelitian ini berjudul “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Komoditi Kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang”. Penyusunan skripsi ini dibimbing oleh Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Surnaherman S.P ., M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing.

Tujuan dari penelitian ini adalah pertama untuk Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang Kecamatan Medan Helvetia. Kedua Menganalisis elastisitas permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang Kecamatan Medan Helvetia.

Metode penarikan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu snowball sampling. Sehingga sampel dalam penelitian ini terdiri dari 50 konsumen permintaan kentang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang, Faktor – faktor jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen, dan pendapatan keluarga, bersifat inelastis. Konsumen memiliki jumlah pendapatan rendah atau tinggi tetap membeli kentang sebagai sayuran pokok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang.

Kata Kunci : Permintaan Kentang, Faktor yang Mempengaruhi dan Elastisitas Pemintaan

RIWAYAT HIDUP

Hanifa Khairiah lahir pada tanggal 08 April 1999 di Medan. Merupakan anak terakhir dari lima bersaudara, putri dari Bapak Masrul dan Almh Ibu Khasdeniaty.

Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut :

1. Tahun 2011 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Muhammadiyah 12 Medan.
2. Tahun 2014 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Kartika I-1 Medan.
3. Tahun 2017 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Bhayangkari I Medan.
4. Tahun 2017 melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada prodi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain :

1. Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2017.
2. Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Sumatera Utara Pada tahun 2017.
3. Mengikuti Kegiatan Kajian Intensif Al-Islam dan Kemuhammadiyah (KIAM) Badan Al-Islam Kemuhammadiyaan (BIM) tahun 2018.
4. Melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) UMSU di Kelurahan Nangka Kecamatan Binjai Utara tahun 2020.

5. Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Balai Penelitian Sungai Putih Kabupaten Deli Serdang tahun 2020.
6. Mengikuti Uji Kompetensi Kewirausahaan di Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara tahun 2021
7. Mengikuti Uji Tes Of English as a Foreign Language (TOEFL) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2021.
8. Mengikuti Ujian Komperhensif Al-islam dan Kemuhammdiyahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2022.
9. Melaksanakan Penelitian Skripsi di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan Helvetia tahun 2022.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Komoditi Kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang”. Atas tersusunnya Proposal ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Teristimewa untuk kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Masrul dan Ibunda Almarhumah Khasdeniaty. Yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan tulus serta memberikan motivasi baik moral maupun materi.
2. Bapak Muhammad Thamrin, S. P., M.Si., sebagai Ketua Komisi Pembimbing, Yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini.
3. Bapak Surnaherman, S.P., M.Si., sebagai Anggota Komisi Pembimbing, Yang telah banyak membimbing, mengarahkan dan memberi kemudahan kepada penulis selama penulisan proposal ini.
4. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

5. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan S.P., M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Ibu Juita Rahmadani manik, S.P.,M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Yang telah banyak memberikan banyak kemudahan selama mengikuti masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Khususnya di Program Agribisnis yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis untuk menjadikan bekal penulis dimasa yang akan datang .
8. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam Penyelesaian Administrasi proses perkuliahan.
9. Terima kasih Kepada Wildan Firdaus yang selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
10. Terima kasih Kepada Novi , Vitania , Hanifah ayu , Putri , Ana , Alma , Sanggita yang selalu memberi motivasi penulis dan Seta Teman-teman Agribisnis 2 stambuk 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan semangat penulis dalam pengerjaan skripsi penulis.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini dimasa mendatang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik selama Penyusun Skripsi ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi bidang ilmu pengetahuan.

Medan, Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan Penelitian.....	5
Manfaat Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Landasan Teori.....	6
Permintaan.....	8
Kurva Permintaan.....	10
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan.....	13
Selera Konsumen.....	15
Jumlah Penduduk.....	15
Pemasaran.....	15
Perkiraan Harga Dimasa Yang Mendatang.....	16
Elastisitas Permintaan.....	16
Penelitian Terdahulu.....	18
Kerangka Penelitian.....	20
Hipotesis Penelitian.....	22
METODE PENELITIAN.....	23
Metode Penelitian.....	23

Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	23
Metode Penentuan Sampel.....	23
Metode Pengumpulan Data.....	24
Metode Analisis Data.....	24
Definisi dan Batasan Operasional.....	28
Batasan Operasional.....	28
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	30
Letak dan Luas Daerah.....	30
Keadaan Penduduk.....	30
Gambaran Umum Luas Wilayah dan Letak Geografis.....	30
Karakteristik Sampel.....	30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
Faktor-Faktor Pengaruh Permintaan Kentang.....	34
Uji Model Fungsi (<i>Cobb Douglas</i>) dan Uji Hipotesis.....	34
Uji Determinasi.....	35
Uji Simultan (F).....	36
Uji Parsial (T).....	37
Elastisitas Permintaan Kentang.....	40
Elastisitas Jumlah Anggota Keluarga (X1).....	41
Elastisitas Harga Kentang (X2).....	41
Elastisitas Minat Konsumen (X3).....	42
Elastisitas Pendapatan Keluarga (X4).....	42
KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN.....	43
Kesimpulan.....	43
Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Lahan Produksi, dan Produktivitas Kentang di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015- 2019.....	3
2.	Perkembangan Rata-rata Harga Konsumen Kentang di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015-2019.....	3
3.	Komposisi Kandungan Gizi Kentang Per100 g Bahan.....	8
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga	33
8.	Hasil Regresi Faktor-Faktor Permintaan Kentang.....	34
9.	Hasil Uji Determinasi.....	35
10.	Hasil Uji Simultan.....	36
11.	Nilai Elastisitas Permintaan Kentang.....	41

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kurva Permintaan	10
2.	Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan.....	11
3.	Pergeseran Kurva Permintaan.....	12
4.	Skema Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Sampel.....	46
2.	Data Permintaan Kentang di Pasar Sei Sikambang.....	48
3.	Data Logaritma Natural Regresi Permintaan Kentang di Pasar Sei Sikambang.....	50
4.	Uji Asumsi Klasik dan Uji Cobb Douglas.....	52
5.	Hasil Uji Regresi.....	52
6.	Uji Determinasi.....	53
7.	Dokumentasi Penelitian.....	55

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris yang sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup pada pertanian karena sebagian besar penduduk relative mayoritasnya bercocok tanam. Saat ini pertanian sangat prospektif untuk dikembangkan, karena didukung oleh sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang melimpah, serta adanya penerapan teknologi dan pemasaran dalam mendukung pengembangan usaha pertanian. Salah satu lelati pertanian yang memegang peranan penting dan perlu dikembangkan adalah hortikultura khususnya tanaman sayuran yaitu kentang. Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan komoditas sayuran yang memiliki peran penting dalam menunjang ketahanan pangan maupun sebagai usaha dalam bidang pertanian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Tambunan, 2003).

Sektor pertanian mempunyai peranan penting atau kontribusi yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi suatu Negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Indonesia dikenal sebagai sebagai Negara yang kaya akan sumber daya alam, yang memiliki luas lahan dan agroklimat yang potensial untuk dikembangkan sebagai usaha pertanian. Indonesia Negara agraris yang mengandalkan pertanian sebagai sumber mata pencaharian dan penompang pembangunan nasional (Mardikanto, 2014).

Tanaman Kentang (*Solanum tuberosum* L.) adalah salah satu komoditas hortikultura yang mendapat prioritas pengembangan, karena produk tanaman ini dapat dipakai sebagai sumber karbohidrat dan mempunyai potensi dalam kebutuhan pangan (Karjadi dan Buchory, 2008).

Kebutuhan masyarakat akan kentang semakin meningkat setiap tahunnya sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya yang membutuhkan bahan baku kentang. Perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia saat ini juga turut berperan dalam memicu peningkatan kebutuhan kentang (Achrom dkk., 2011).

Tanaman kentang dapat digolongkan menjadi kentang sayur dan kentang berdasarkan pemanfaatannya. Kentang olahan yang banyak dibudidayakan petani adalah varietas Atlantik, sedangkan sayur yang banyak dibudidayakan adalah varietas Granola. Kentang varietas Atlantik rentan terhadap serangan hama , sehingga hasil yang diperoleh petani kurang maksimal (Kusmana, 2012).

Tanaman kentang menjadi salah satu komoditas hortikultura yang berpotensi saat ini. Seperti kita ketahui, saat ini banyak berkembang restoran cepat saji dan makanan ringan dengan bahan baku kentang. Hal tersebut mempengaruhi permintaan kentang dalam segi kuantitas dan mutu keamanan untuk dikonsumsi. Komoditas hortikultura di daerah dataran tinggi yang berperan penting dalam perwujudan ketahanan pangan salah satunya adalah kentang. Kandungan kentang yang kaya akan karbohidrat menjadi yang dapat menjadi pengganti kebutuhan pangan pokok masyarakat. Berikut data produksi sayuran di Indonesia dari tahun 2015-2019 .

Tabel 1 Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Kentang di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015 – 2019

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2015	5,914	106,452	18.00
2016	5,469	91,400	16.71
2017	6,183	96,893	15.67
2018	6,790	108,016	15.91
2019	7,089	118,778	16.76

Sumber : Badan Pusat Statistik 2015 -2019

Berdasarkan Tabel 1 di atas, luas lahan, produksi, dan produktivitas Kentang di Provinsi Sumatera Utara pada Tahun 2015-2019 mengalami fluktuasi. Produktivitas tertinggi pada Tahun 2015 sebesar 18.00 ton/ha dan terendah pada Tahun 2017 sebesar 15,67 ton/ha. Produktivitas kentang yang terus mengalami penurunan menyebabkan ketersediaan kentang terus bertambah untuk memenuhi keinginan konsumen.

Di Indonesia, kentang biasanya dibudidayakan di dataran tinggi, pada ketinggian kurang lebih 1000 meter di atas permukaan laut. Rata-rata hasil panen kentang yang dicapai secara nasional masih rendah yaitu 14 ton ha-1, jika dibandingkan negara lain seperti Amerika Serikat 29,20 ha-1, Swiss, Belanda, Inggris dan Jerman yang hasil panennya melebihi 20 ton ha-1 . Rendahnya produksi di Indonesia ini disebabkan oleh belum banyaknya petani penghasil bibit kentang bermutu, sehingga permintaan bibit kentang tidak dapat dipenuhi (Rainiyati dkk., 2011).

Tabel 2 Perkembangan Rata-rata Harga Konsumen Kentang di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015 -2020

Tahun	Harga Kentang Per Kg (Rp)
2015	3.315
2016	6.117
2017	7.590
2018	6.115
2019	7.590
2020	6.700

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)2015 – 2020

Berdasarkan Tabel 2 di atas, perkembangan rata-rata harga konsumen kentang di Provinsi Sumatera Utara meningkat dari Tahun 2015-2020, namun mengalami penurunan di Tahun 2015, dan meningkat lagi pada Tahun 2017 dan 2019, namun mengalami penurunan pada Tahun 2018 dan 2020 dan menurun kembali pada Tahun 2020. Akibat harga kentang yang tinggi maka ketersediaan kentang banyak.

Panjang pendeknya saluran pemasaran kentang sampai ke konsumen sangat mempengaruhi pendapatan petani. Terdapat kecenderungan, semakin 4elativ suatu rantai pemasaran akan menyebabkan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima petani semakin besar yang berarti keuntungan petani kecil. Selisih harga yang diterima dengan harga yang dibayarkan konsumen dapat diidentifikasi melalui margin pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menganalisis faktor-faktor dan elastisitas permintaan komoditi kentang di Pasar Tradisional Sei Sekambing, Kecamatan Medan Helvetia, Kabupaten Medan. Diharapkan dapat menjadi bahan informasi mengenai pemasaran kentang sehingga dapat digunakan oleh pemerintah untuk mengembangkan pemasaran yang lebih baik agar dapat ditentukan apa yang diperlukan dalam rangka permintaan kentang untuk meningkatkan pendapatan petani kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kecamatan Medan Helvetia?
2. Bagaimanakah elastisitas permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kecamatan Medan Helvetia ?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kecamatan Medan Helvetia ?
2. Menganalisis elastisitas permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kecamatan Medan Helvetia ?

Manfaat Penelitian

1. Bagi produsen, penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan dan pertimbangan yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam keputusan
2. Bagi akademis dan pembaca, penelitian ini dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Kentang

Tanaman kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan bahan pangan dari umbi tanaman perennial dari family Solanaceae. Kentang (*Solanum tuberosum* L.) juga salah satu bahan pangan utama yang mendapatkan prioritas dalam pengembangannya di Indonesia (Samadi, 2011).

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) digunakan sebagai bahan makanan sumber bahan pangan selain beras, karena kentang (*Solanum tuberosum* L.) kaya akan vitamin, kalium, karbohidrat dan protein. Dengan kandungan gizi yang tinggi ini, beberapa Negara-negara berkembang mengkonsumsi kentang (*Solanum tuberosum* L.) sebagai bahan pangannya (Setiadi, 2009).

Manfaat dari tanaman kentang (*Solanum tuberosum* L.) dapat diolah menjadi makanan ringan, sehingga akan meningkatkan nilai tambah kentang (*Solanum tuberosum* L.). Kentang (*Solanum tuberosum* L.) dapat diolah menjadi dodol kentang, dan keripik kentang. Dalam meningkatkan nilai tambah dari komoditi kentang. Adanya nilai tambah kentang (*Solanum tuberosum* L.) akan semakin meningkat, sehingga usahatani kentang (*Solanum tuberosum* L.) semakin meningkat (Idawati, 2012).

Berdasarkan klasifikasinya, tanaman kentang termasuk:

Divisio	: Spermathophyta
Sub Divisio	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledoneae
Ordo	: Tubiflorae
Family	: Solanoceae
Genus	: Solanum
Spesies	: Solanum tuberosum (Sharma, 2002).

Kentang (*Solanum tuberosum* L) merupakan tanaman umbi-umbian dan tergolong tanaman berumur pendek. Tumbuhnya bersifat menyemak dan menjalar dan memiliki batang berbentuk segi empat. Batang dan daunnya berwarna hijau kemerahan atau berwarna ungu. Umbinya berawal dari cabang samping yang masuk ke dalam tanah, yang berfungsi sebagai tempat menyimpan karbohidrat sehingga bentuknya membengkak. Umbi ini dapat mengeluarkan tunas dan nantinya akan membentuk cabang yang baru (Aini, 2012).

Menurut Setiadi (2009), kentang yang memiliki nama latin *Solanum tuberosum* L. merupakan salah satu jenis sayuran yang terkenal di Indonesia. Daya sayuran ini terletak pada umbi kentang yang kaya karbohidrat dan bernilai gizi tinggi. Sehingga bagi siapa pun yang mengkonsumsi kentang cukup untuk memenuhi kebutuhan energi mereka. Selain mengandung karbohidrat dan protein, kentang juga mengandung vitamin esensial dan mineral. Hasil olahan kentang dapat berupa tepung kentang, kentang goreng, kripik kentang, kue dan berbagai jenis olahan makanan lainnya.

Sumber daya alam dan lingkungan terkait erat dengan perihal ketersediaan lahan tanam untuk pengembangan tanaman. Dalam konteks ini tidak terlepas dari berbagai penunjang tubuhnya tanaman dengan baik selain yang kita supply sendiri, seperti kesuburan lahan, energi sinar dalam bentuk cahaya dan panas, serta iklim atau suhu udara (Rasmulia. S, 2015).

Kentang merupakan salah satu jenis tanaman sayuran yang dapat digunakan untuk membuat bermacam-macam masakan, misalnya: sup, capcai, mie, dan sebagainya. Umbi Kentang memiliki rasa enak, renyah, dan agak manis, sehingga disukai oleh masyarakat. Umbi Kentang juga dapat digunakan dalam

pangan untuk diolah menjadi bentuk olahan, misalnya: chips kentang matang untuk makan kecil (*snack*), manisan, digoreng, dan lain-lain. Sebagai bahan pangan, umbi kentang mengandung nilai gizi yang tinggi.

Kandungan zat-zat gizi yang terdapat pada umbi kentang dapat dilihat pada data dibawah ini.

Tabel 3. Komposisi Kandungan Gizi Kentang Per 100 g Bahan

No	Zat Gizi	Jumlah
1	Energi (kkal)	83
2	Karbohidrat (g)	19
3	Pati (g)	15
4	Serat (g)	2,2
5	Lemak (g)	0,1
6	Protein (g)	2
7	Air (g)	75
8	Vitamin B1 (mg)	0,08
9	Vitamin B2 (mg)	0,03
10	Vitamin B3 (mg)	1,1
11	Vitamin B6 (mg)	0,25
12	Vitamin C (mg)	20
13	Kalsium (mg)	12
14	Zat Besi (mg)	1,8
15	Magnesium (mg)	23
16	Fosfor (mg)	57
17	Kalium (mg)	421
18	Sodium (mg)	6

Sumber: USDA National Nutrient Database for Standard Reference, (2018)

Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Permintaan ada 2, yaitu permintaan individu (*firm*) dan permintaan pasar (*market*). Permintaan individu adalah permintaan sejumlah barang oleh konsumen pada berbagai tingkat harga barang, sedangkan permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan-permintaan individu (Parkin, 2017).

Menurut Rahardja dan Manurung (2006), permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Menurut Parkin (2017), jumlah barang atau jasa yang diminta

adalah jumlah yang konsumen rencanakan untuk dibeli selama periode waktu tertentu pada harga tertentu. Jumlah yang diminta semestinya tidak sama dengan jumlah yang benar – benar dibeli. Kadang jumlah yang diminta melebihi jumlah barang yang tersedia, sehingga jumlah yang dibeli kurang dari jumlah yang diminta.

Menurut Amarullah (2019), Rendahnya rata-rata produktivitas kentang nasional dipengaruhi antara lain oleh masih terbatasnya penggunaan bibit kentang bermutu oleh petani. Sebagian besar petani menggunakan bibit umbi kentang dari generasi berikutnya, yaitu hasil panen yang dimanfaatkan sebagai bibit. Kondisi tersebut disebabkan oleh mahalnya harga bibit kentang bermutu, sementara harga kentang konsumsi rendah.

Hukum permintaan menyatakan “Jika harga barang turun, maka jumlah barang yang diminta cenderung meningkat. Sebaliknya jika harga naik maka jumlah barang yang diminta cenderung menurun dengan asumsi faktor faktor lain di luar harga konstan”. Hukum permintaan memiliki hubungan seperti itu karena pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang yang mengalami kenaikan harga tersebut Soekirno (2011).

Hubungan antara permintaan barang dengan harga adalah sangat erat. Hubungan tersebut dijelaskan dalam suatu hukum permintaan, yaitu semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut (Muchlis, 2011). Konsumsi dan permintaan terhadap suatu komoditi atau kelompok komoditi antara lain sangat dipengaruhi oleh tingkat harga komoditi yang bersangkutan, harga

komoditi lain yang memiliki hubungan dengan komoditi tersebut, tingkat pendapatan, dan selera (Rachman, 2001)

Menurut Soekirno (2011), fungsi permintaan berdasarkan pada teori permintaan adalah :

$$Q_x = f(P_x, P_y, Q, Y, S, F)$$

Dimana:

Q_x = Jumlah barang yang diminta

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain

Q = Jumlah penduduk (jumlah anggota keluarga)

Y = Pendapatan rata – rata masyarakat atau per kapita

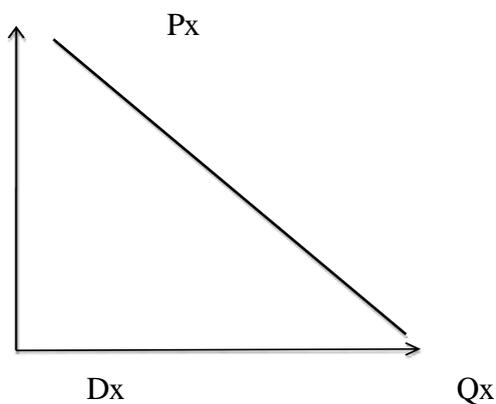
S = Selera

a F = Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang

Kurva Permintaan

Menurut Nuraini (2006), kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Dalam kurva permintaan terdapat dua sumbu, yaitu sumbu vertikal yang menunjukkan harga dan sumbu horizontal yang menunjukkan jumlah permintaan.

Seperti pada Gambar dibawah ini



Keterangan :

P_x = Harga Barang

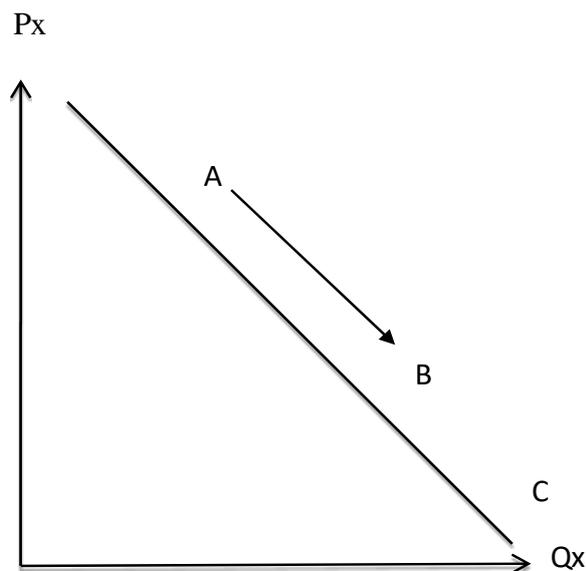
D_x = Kurva Keseimbangan
Permintaan

Q_x = Jumlah Barang yang
diminta

Gambar 1. Kurva Permintaan

Berdasarkan Gambar diatas, dapat diketahui bahwa lereng atau kemiringan kurva permintaan adalah negatif, artinya bahwa hubungan antara harga barang X dan jumlah barang X yang diminta adalah berlawanan arah. Jadi, jika harga barang X turun maka jumlah barang X yang diminta akan bertambah, dan sebaliknya jika harga barang X naik, maka jumlah barang X yang diminta akan berkurang .

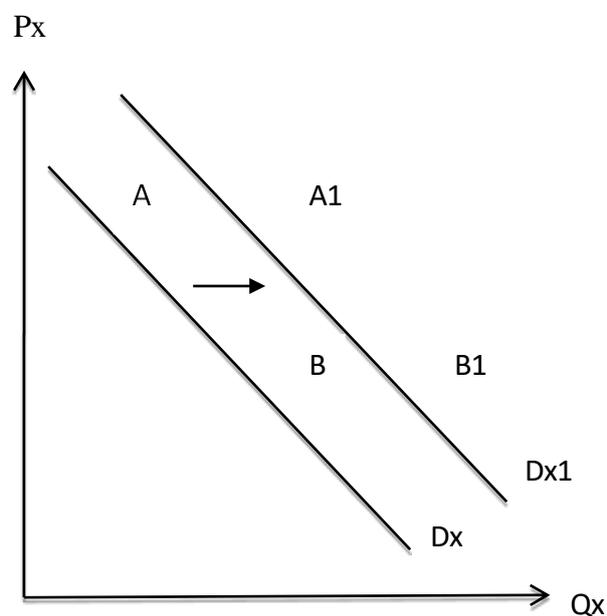
Menurut Nuraini (2006), dengan menggunakan kurva permintaan kita dapat menggambarkan bagaimana faktor harga dan faktor bukan harga dapat mempengaruhi perubahan jumlah yang diminta. Perubahan permintaan yang dapat ditunjukkan oleh kurva permintaan tersebut dapat dibedakan menjadi duapengertian. Pertama pergerakan sepanjang kurva permintaan (move), kedua pergeseran kurva permintaan (shift). Pergerakan sepanjang kurva permintaan menunjukkan bahwa bertambahnya atau berkurangnya permintaan terhadap suatu barang disebabkan oleh perubahan harga barang itu sendiri seperti pada Gambar dibawah ini :



Gambar 2. Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan

Berdasarkan Gambar diatas, menunjukkan bahwa turunnya harga barang X akan mengakibatkan bertambahnya jumlah barang yang diminta (titik A berpindah ke titik B sepanjang kurva D_x). Seterusnya, jika harga X turun lagi, maka jumlah barang X yang diminta bertambah (titik B berpindah ke titik C sepanjang kurva D_x). Jadi, bertambahnya jumlah barang X yang diminta disebabkan oleh turunnya harga barang X itu sendiri.

Pergeseran kurva permintaan menunjukkan adanya perubahan permintaan terhadap suatu barang yang disebabkan oleh perubahan faktor – faktor tersebut misalnya: pendapatan, selera, jumlah penduduk, dan ramalan dimasa mendatang. Pergeseran kurva permintaan ke kanan menunjukkan terjadinya pertambahan permintaan, sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke kiri menunjukkan berkurangnya permintaan. Pergeseran kurva permintaan dapat dilihat pada Gambar berikut :



Gambar 3. Pergeseran kurva Permintaan

Pada Gambar diatas, menunjukkan bahwa terjadinya pergeseran kurva permintaan ke kanan, yaitu dari kurva D_x bergeser ke D_{x1} , yang berarti adanya

pertambahan dalam permintaan barang X. Terjadinya pertambahan permintaan barang X tersebut belum tentu disebabkan oleh turunnya harga barang X itu sendiri, akan tetapi dapat pula disebabkan oleh adanya perubahan faktor – faktor diluar harga barang itu sendiri. Seperti pergeseran titik A pada kurva permintaan Dx ke titik A1 pada kurva permintaan Dx1, yaitu permintaan bertambah walaupun harga tidak berubah. Jadi permintaan dapat bertambah atau berkurang perubahan permintaan tersebut disebabkan oleh faktor di luar harga barang itu sendiri. Gejala bertambahnya permintaan tersebut dapat disebabkan oleh bertambah kuatnya selera atau keinginan konsumen, meningkatnya pendapatan keluarga, minat konsumen dan meningkatnya jumlah penduduk.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan.

Menurut Soekirno (2011), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain (substitusi/komplementer), jumlah penduduk (jumlah anggota keluarga), tingkat pendapatan per kapita, selera, dan perkiraan harga di masa mendatang.

1. Harga Barang itu Sendiri

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Begitu juga sebaliknya. Hukum permintaan pada dasarnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: “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*). 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 (Substitusi/Komplemeter)

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.

3. Tingkat Pendapatan Perkapita

Tingkat pendapatan per kapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. Pada umumnya semakin besar penghasilan seseorang maka semakin besar pula permintaannya terhadap suatu barang, demikian sebaliknya. Konsumen yang berpendapatan tinggi akan mempunyai daya beli yang tinggi pula.

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.

Selera Konsumen

Selera konsumen adalah kesukaan atau pilihan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi suatu barang. Salah satu faktor penyebab konsumsi seseorang terhadap suatu barang adalah gaya hidup atau selera orang itu sendiri. Seseorang yang berumur sama dan berpendapatan sama terkadang akan mengonsumsi suatu barang lebih banyak dari pada orang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan selera dari masing – masing individu. Semakin tinggi selera seseorang terhadap suatu barang yang disukai maka semakin besar pula permintaannya terhadap barang itu.

Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi, biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini akan menambah daya beli dalam masyarakat untuk berbelanja. Pertambahan daya beli masyarakat ini akan menambah permintaan.

Pemasaran

Menurut Soekartawi (2012), mengemukakan beberapa penyebab rantai pemasaran hasil pertanian menjadi panjang dan produsen sering diuraikan antara lain pasar yang tidak bekerja secara sempurna, lemahnya informasi pasar, lemahnya produsen dalam memanfaatkan peluang pasar, lemahnya posisi produsen atau petani melakukan usahatani tidak didasarkan pada permintaan pasar melainkan karena usahatani dilakukan secara turun-temurun.

Perkiraan Harga di Masa Mendatang

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi, biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini akan menambah daya beli dalam masyarakat untuk berbelanja. Pertambahan daya beli masyarakat ini akan menambah permintaan.

Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan mengukur perubahan relatif dalam jumlah unit barang yang dibeli sebagai akibat adanya perubahan salah satu faktor yang mempengaruhi (*ceteris paribus*). Setidaknya ada tiga faktor yang penting yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, dan pendapatan (Rahardja dan Manurung, 2006).

Pada prinsipnya, elastisitas (*elasticity*) merupakan besarnya perubahan pada kuantitas barang mempengaruhinya. Secara sederhana elastisitas dapat diartikan sebagai derajat kepekaan suatu gejala ekonomi terhadap perubahan gejala ekonomi lain. Pengertian lain elastisitas dapat diartikan sebagai tingkat kepekaan perubahan kuantitas suatu barang yang disebabkan oleh adanya perubahan faktor- faktor lain. Ukuran yang dipakai untuk mengukur derajat kepekaan digunakan rasio/perbandingan persentase perubahan kuantitas barang yang diminta atau barang yang ditawarkan dengan persentase perubahan faktor-faktor yang menyebabkan kuantitas barang itu berubah. Penyebab kuantitas suatu barang yang diminta/ditawarkan bisa berubah dapat dikelompokkan dalam tiga

hal, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, dan pendapatan (income) (Soekirno, 2011).

Elastisitas digunakan untuk mengukur dan menjelaskan seberapa jauh reaksi perubahan kuantitas terhadap perubahan harga dan variabel-variabel lainnya yaitu dengan melihat elastisitasnya. Untuk melihat pengaruh tingkat pendapatan terhadap konsumsi adalah dengan melihat elastisitas konsumsi terhadap pendapatan. Nilai elastisitas memperlihatkan besarnya persentase perubahan konsumsi (dQ/Q) terhadap persentase perubahan pendapatan (dY/Y). Besaran nilai yang positif memperlihatkan bahwa barang yang dikonsumsi tersebut adalah barang normal. Nilai elastisitas negatif memperlihatkan bahwa barang tersebut merupakan inferior (Boediono, 2000).

Menurut Boediono (2000), tujuan pengukuran elastisitas permintaan adalah untuk menentukan suatu tingkat dimana jumlah permintaan peka terhadap perubahan salah satu perubahan atau lebih yang mempengaruhinya. Perubahan yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah elastisitas harga, elastisitas pendapatan, dan elastisitas.

a. Elastisitas Harga

Persentase perubahan jumlah yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut dengan 1 (satu) persen, atau secara umum:

Bila > 1 dikatakan bahwa permintaan elastis

Bila ≤ 1 dikatakan bahwa permintaan inelastis

Bila $= 1$ disebut elastisitas tunggal (unitary elasticity)

b. Elastisitas Pendapatan

Persentase perubahan permintaan akan suatu barang yang diakibatkan oleh kenaikan pendapatan (income) riil konsumen dengan 1 (satu) persen atau:

Untuk barang “normal” positif dan untuk barang “inferior” negatif. Barang – barang kebutuhan pokok biasanya mempunyai sedang untuk barang – barang yang tidak pokok (misalnya barang – barang mewah)

c. Elastisitas Silang

Persentase perubahan jumlah yang diminta akan sesuatu barang yang diakibatkan oleh perubahan harga barang lain (yang mempunyai “hubungan”) dengan 1 (satu) persen, atau secara umum:

Bila “hubungan” antara X dan Y adalah substitusi (yaitu saling bisa mengganti), biasanya adalah positif. Kenaikan harga barang Y berakibat berkurangnya permintaan akan barang Y dan bertambahnya (karena proses substitusi Y dengan X) permintaan barang X. Bila hubungan antara X dan Y adalah komplementer, biasanya adalah negatif. yang diinginkan atau kuantitas barang yang diinginkan atau kuantitas barang yang ditawarkan di pasar, sebagai akibat dari faktor – faktor yang tertentu .

Penelitian Terdahulu

Nur Fitriani (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Permintaan Kentang di Kota Surakarta*. Penelitian ini menganalisis permintaan kentang dengan beberapa faktor yang mempengaruhinya dan bagaimana elastisitas permintaan kentang tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive) di Kota Surakarta karena konsumsi kentang yang semakin meningkat dan pendapatan perkapita penduduk yang semakin meningkat. Data yang digunakan adalah data

time series dari harga kentang, harga beras, harga wortel, pendapatan perkapita, jumlah penduduk dan tingkat inflasi mulai tahun 1999 sampai 2016. Metode untuk menganalisis data digunakan metode Regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan kentang di Kota Surakarta terdiri dari harga kentang, harga beras, harga wortel, pendapatan perkapita, jumlah penduduk dan tingkat inflasi. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam menganalisis faktor tersebut adalah 99%, 95% dan 90%. Hasil dari penelitian Elastisitas harga kentang sebesar (-0,976) menunjukkan bahwa kentang bersifat inelastic. Elastisitas silang pada variable harga beras sebesar (0,422) yang menunjukkan bahwa harga beras sebagai barang substitusi, sedangkan harga wortel memiliki nilai Elastisitas sebesar (-0,361) yang menunjukkan wortel sebagai barang komplementer dari kentang dan Elastisitas pendapatan sebesar (1,324) yang menunjukkan kentang merupakan barang normal bagi penduduk Kota Surakarta.

Nurina Kusuma Wardhani (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Permintaan Kentang di Kabupaten Boyolali*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang dan elastisitas permintaan kentang di Kabupaten Boyolali. Metode dasar yang dipergunakan adalah deskriptif analitis. Data time series selama 17 tahun (1993-2009) dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,979 yang berarti variabel bebas didalam model mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 97,9%, sedangkan sisanya sebesar 2,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Berdasarkan analisis uji F diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000

dan lebih kecil dari $\alpha = 0,01$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang diamati yaitu harga kentang, harga wortel, harga beras, pendapatan perkapita, dan jumlah penduduk secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang di Kabupaten Boyolali pada tingkat kepercayaan 99%.

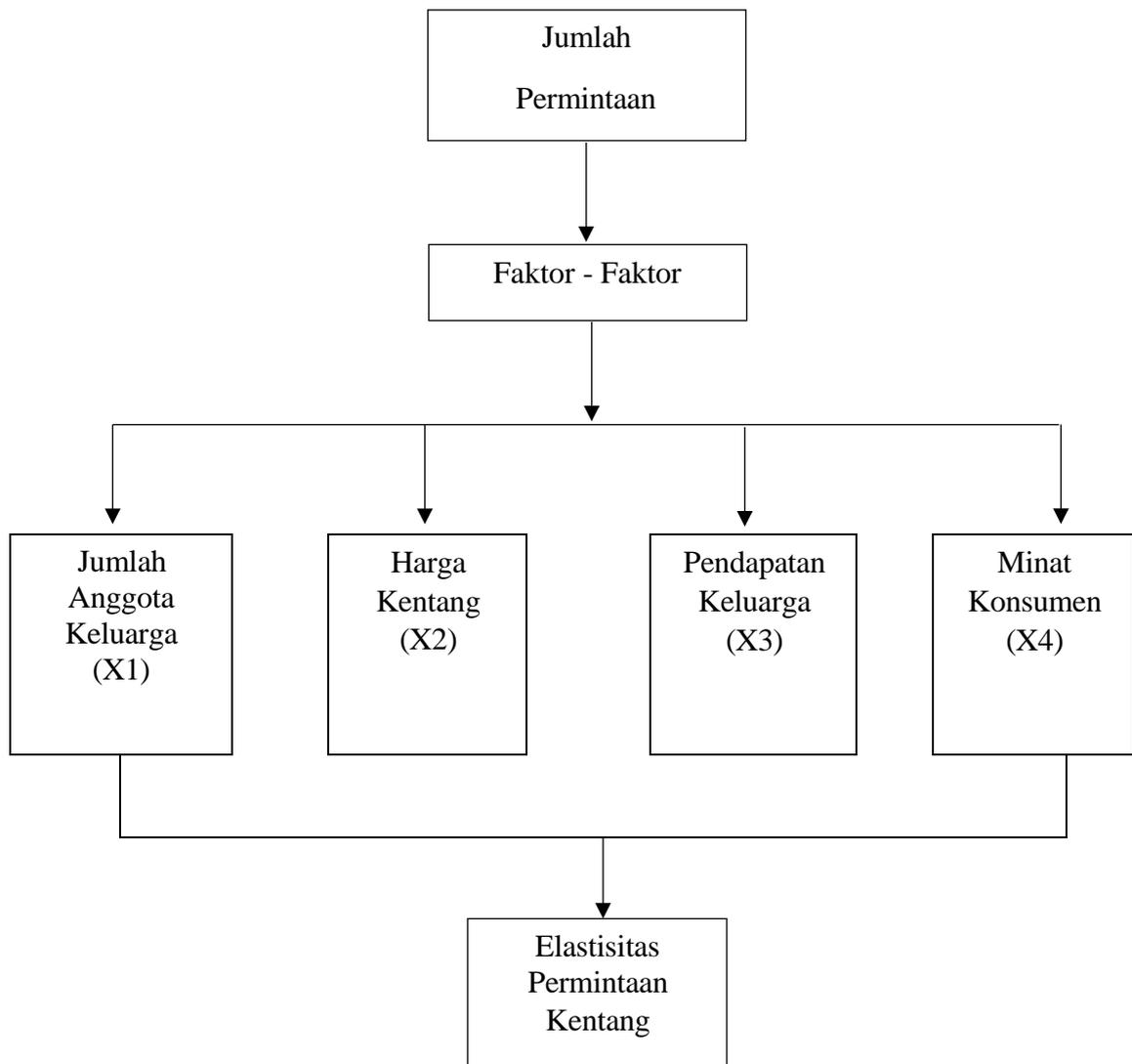
Boanerges Putra Sipayung (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Permintaan dan Penawaran Kentang di Provinsi Sumatera Utara*. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang di Provinsi Sumatera Utara dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran kentang di Provinsi Sumatera Utara. Data yang digunakan adalah data time series per dua bulan dimulai dari tahun 2003 sampai 2012. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan model OLS (Ordinary Least Square) Dari hasil estimasi permintaan dan penawaran secara statistik dan ekonometrik hasil regresi dapat digunakan sebagai model permintaan dan penawaran kentang di Provinsi Sumatera Utara. Secara ekonomi semua variabel yang digunakan sesuai dengan teori. Hasil dari model permintaan bahwa harga kentang, konsumsi rumah tangga, harga ubi kayu dan jumlah penduduk berpengaruh signifikan terhadap permintaan kentang di Provinsi Sumatera Utara. Hasil analisis penawaran bahwa harga kentang, harga ubi kayu dan luas panen berpengaruh signifikan terhadap penawaran kentang di Provinsi Sumatera Utara.

Kerangka Pemikiran

Dalam permintaan kentang mengetahui di Kota Medan, penelitian memfokuskan pada perincian terhadap analisis pendukung terjadinya pengaruh permintaan konsumen terhadap komoditi kentang. Melihat dan memahami secara

logis dan mengetahui faktor- faktornya berdasarkan teori yang ada, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang diantaranya jumlah anggota keluarga, harga kentang, harga produk substitusi kentang, jumlah pendapatan keluarga. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut, diperlukan suatu analisis statistik agar mendapat suatu kesimpulan yang signifikan dan akurat untuk melihat pengaruh faktor – faktor tersebut dengan jumlah permintaan konsumen dan elastisitas permintaan kentang .

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Penggunaan analisis ini diperlukan variabel X dan variabel Y dimana variabel X merupakan jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), harga produk substitusi kentang (X3), dan pendapatan keluarga (X4), sedangkan Y adalah variabel terikat nilai permintaan kentang itu sendiri, yaitu permintaan kentang dalam satu periode dalam setiap tahunnya. Pemilihan keempat variabel X tersebut dikarenakan variabel – variabel tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi permintaan konsumen secara umum. Jumlah anggota keluarga dalam keluarga, harga kentang, minat konsumen, dan pendapatan keluarga adalah data yang paling mudah untuk diteliti kepada konsumen, karena data tersebut akan memberikan data nominal yang akurat. Jika diketahui variabel X tersebut berpengaruh ataupun tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Setelah hasil regresi diperoleh kemudian diestimasi kedalam log-linier maka dapat dijelaskan dan diterangkan sebagai suatu kesimpulan. Dengan demikian didapat hasil dan kesimpulan yang mendukung.



Keterangan :

—————▶ : Menyatakan Pengaruh

————— : Menyatakan Hubungan

Gambar 4. Skema Kerangka Pemikiran.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh antara jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga terhadap permintaan kentang.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case Study*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung kelapangan.

Metode Penentuan Lokasi

Pentuan tempat penelitian dilakukan secara purposive, yaitu di Pasar Tradisional Sei Sikambing Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan. Pasar Sei Sikambing salah satu pasar terkenal di Medan Sumatera Utara, Jalan Kapten Muslim dan Jalan Gatot Subroto, banyak terdapat pedagang yang menjual sayuran segar terutama sayur kentang dan sayur segar lainnya. Penentuan lokasi sampel jalur distribusi tataniaga kentang di Kota Medan, yaitu Pasar Tradisional Sei Sikambing merupakan pasar dengan jalur transportasi yang efektif dan efisien karena sangat mudah ditemukan sayuran kentang langsung dari dataran tinggi Sumatera Utara.

Metode Penentuan Sampel

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik nonprobability sampling yaitu snowball sampling. Menurut sugiyono

(2014) snowball sampling merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih snowball sampling karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut. Berdasarkan hasil survey dilapangan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 konsumen pembeli kentang.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan terlebih dahulu, sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi seperti Badan Pusat Statistik Kota Medan, Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, instansi, buku dan literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan untuk setiap tujuan yaitu untuk tujuan dan hipotesis penelitian pertama yaitu mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi permintaan kentang di Pasar Sei Sikambing, Kecamatan Medan Helvetia, Kota Medan. Untuk menganalisis rumusan masalah pertama digunakan alat atau uji analisis Cobb Douglass, analisis ini dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh variable tingkat permintaan kentang dengan menggunakan rumus:

$$Y = aX_1^{\beta_1} \cdot X_2^{\beta_2} \cdot X_3^{\beta_3} \cdot X_4^{\beta_4} \cdot X_5^{\beta_5} \cdot e$$

Untuk mempermudah perduaagan persamaan diatas, maka persamaan diatas dapat diubah menjadi persamaan yang lebih sederhana yaitu menjadi bentuk linear berganda maka melogaritmakan persamaan tersebut adalah :

$$\mathbf{Log Y = log a + \beta_1 log X_1 + \beta_2 log X_2 + \beta_3 log X_3 + \beta_4 log X_4 + e}$$

Keterangan :

Y = Jumlah Permintaan kentang (Kg/Bulan)

a = Koesisien Intersep

X1 = Jumlah anggota keluarga (Jiwa)

X2 = Harga Kentang (Rp/Kg).

X3 = Minat Konsumen

X4 = Pendapatan Keluarga (Rp/bulan)

e = Error.

$\beta_1 \dots \beta_5$ = Nilai Elastisitas.

Untuk menguji keberartian masing-masing parameter regresi pada model diatas dilakukan dengan uji F, Yaitu dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{F \textit{ hitung} = \frac{jk \textit{ reg} / k - 1}{jk \textit{ sisa} - 1} \cdot n}$$

keterangan :

jk reg = Jumlah Kuadrat Regresi.

jk sisa = Jumlah Variabel.

n = Jumlah Sampel.

k = Jumlah Variabel.

1 = Bilangan Konstanta.

Dengan hipotesis keputusan yaitu :

H_0 = Tidak ada Pengaruh Permintaan Konsumen terhadap Komoditi Kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing.

H_1 = Ada Pengaruh Permintaan Konsumen terhadap Komoditi Kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing.

Kriteria:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1, H_2, H_3, H_4 dan H_5 diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1, H_2, H_3, H_4 dan H_5 ditolak.

Untuk menguji kelima variable diatas berpengaruh secara keseluruhan terdapat permintaan komoditi kentang yang digunakan uji T, yaitu

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

keterangan :

b_i = Koefisien Regresi.

Se = Standard Deviasi.

Dapat disimpulkan :

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1, H_2, H_3, H_4 dan H_5 diterima.
- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1, H_2, H_3, H_4 dan H_5 ditolak.

Teori Elastisitas Permintaan

Elastisitas menunjukkan kepekaan. Elastisitas harga atas permintaan atau elastisitas harga adalah kepekaan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang tersebut, dengan asumsi bahwa hal-hal lainnya tidak berubah (Samuelson:1999).

Elastisitas adalah suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan. Elastisitas permintaan menggambarkan derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel – variabel yang menggantinya.

Besarnya koefisien elastisitas ditunjukkan oleh perbandingan antara presentase perubahan dalam variabel tidak bebas itu dan persentase perubahan variabel bebas yang mempengaruhinya (M. Suparmoko, 1997:30).

Ukuran kuantitatif tersebut dinamakan elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan dibedakan kepada tiga konsep: elastisitas permintaan harga, elastisitas permintaan pendapatan, dan elastisitas permintaan silang (Sukirno:2001).

Rumus untuk perhitungan elastisitas sebagai berikut (Machfudz, 2007:84):

$$E = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_x} \cdot \frac{P_x}{Q_x}$$

dimana : Q_x = rata-rata jumlah barang x yang diiminta

P_x = rata-rata harga barang x

Elastisitas ini disebut dengan elastisitas busur (*arc elasticity*) atau elastisitas rata-rata. Jika fungsi kontinu dan mulus (*smooth*) dapat dicari elastisitas titik (*point elasticity*), karena proses perhitungannya dari fungsi permintaan (*demand function*). Misalkan fungsi permintaan $y = a + bx$, maka elastisitasnya dapat dicari dari nilai koefisien, rumusnya sebagai berikut (Machfudz, 2007:92):

$$E = \frac{\partial q}{\partial x} \cdot \frac{x}{q} \quad \text{dimana } \frac{\partial q}{\partial x} = b \quad \text{sehingga } E = b \left(\frac{x}{y} \right)$$

keterangan :

E = Nilai elastisitas

b = Koefisien regresi

x = nilai rata-rata x

y = nilai rata-rata y

Kriteria Elastisitas Permintaan :

In-Elastis Sempurna jika $E = 0$ In-Elastis jika $E < 1$

Elastis Uniter jika $E = 1$ Elastis jika $E > 1$

Elastis Sempurna jika $E = \infty$

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menafsirkan penelitian ini, maka perlu dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Jumlah permintaan kentang adalah keinginan konsumen yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli kentang.
2. Harga kentang adalah harga rata-rata dari harga kentang paling mahal dan harga kentang paling murah yang dibeli konsumen dalam satuan rupiah per kg.
3. Jumlah anggota keluarga dalam keluarga adalah jumlah orang yang harus ditanggung oleh rumah tangga konsumen dihitung dalam jiwa.
4. Minat konsumen adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian
5. Pendapatan keluarga adalah besarnya uang yang diterima oleh seseorang/rumah tangga dalam satuan rupiah selama satu bulan.
6. Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel bebas yang dihitung satuan persen.

Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Sei Sikambing, Kecamatan Medan Helvetia, Kota Medan.
2. Populasi penelitian ini adalah masyarakat/konsumen yang membeli kentang di daerah tersebut.
3. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Kecamatan Medan Helvetia adalah salah satu dari 21 Kecamatan yang berada di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Memiliki luas 13,16 km². Sei Sikambing C II Medan adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Medan Helvetia. Sei Sikambing C II dari 14 lingkungan. Secara Demografi, kelurahan ini berbatasan dengan :

- Sebelah Barat : Kelurahan Cinta Damai
- Sebelah Utara : Kelurahan Dwikora
- Sebelah Timur : Kelurahan Sei Putih Barat
- Sebelah Selatan : Kelurahan Simpang Tanjung dan Kelurahan Sei Sikambing B.

Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk Medan Helvetia memiliki 142.187 jiwa. Dan Jumlah Penduduk Sei Sikambing C II Medan memiliki 12458 jiwa.

Karakteristik Sampel

Karakteristik responden pada penelitian yang dianalisis mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah anggota keluarga dan pendapatan responden dalam membeli kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing. Karakteristik sampel merupakan sejumlah ciri konsumen yang melakukan pembelian kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing yang dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	13	18
2	Perempuan	37	82
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Pada Tabel 4 di atas, diketahui jumlah responden yang mendominasi dalam membeli kentang adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 37 orang (82%). Hal ini menunjukkan kebanyakan responden yang membeli kentang dilakukan oleh perempuan, tentunya hal ini disebabkan jenis kelamin perempuan paling sering melakukan pembelian kentang atau belanja ke Pasar Tradisional Sei Sikambing berbanding dengan responden yang berjenis kelamin laki – laki. Alasan lain adalah karena pada umumnya perempuan berstatus ibu rumah tangga sehingga aktifitas rutin yang dilakukan adalah berbelanja, dan salah satunya pembelian kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	%
1	23-28	8	14
2	29-33	20	40
3	34-39	13	28
4	40-45	7	10
5	46>	2	8
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Pada Tabel 5 di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang mendominasi dalam membeli kentang adalah responden yang berusia 29-33 tahun yaitu sebanyak 20 orang (40%). Keadaan ini menggambarkan bahwa kelompok usia 29-33 tahun merupakan kelompok usia yang paling sering melakukan pembelian kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambang.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disesuaikan dengan status pekerjaan yang umumnya ada pada responden. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Status Pekerjaan	Jumlah	%
1	Ibu Rumah Tangga	23	39
2	PNS	10	27
3	Pegawai Swasta	7	12
4	Wiraswasta	8	14
5	Lainnya	2	8
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Pada Tabel 6 di atas, diketahui bahwa responden yang mendominasi adalah mereka yang berstatus sebagai ibu rumah tangga yang membeli kentang sebanyak 23 orang (39%). Hal ini dikarenakan sebagian besar responden yang berstatus ibu rumah tangga rutin untuk berbelanja dan melakukan pembelian di pasar. Responden yang bekerja, umumnya akan melakukan pembelian pada hari libur saja.

Faktor yang cukup mempengaruhi pembelian seseorang adalah faktor daya beli mereka. Daya beli tersebut dapat dilihat dari tingkat pendapatan keluarga per

bulan. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan keluarga dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga

No.	Pendapatan (Rp) / Bulan	Jumlah	%
1	900.000 – 2.300.000	5	10
2	2.500.000 – 4.000.000	8	14
3	4.500.000 – 5.500.000	27	57
4	>5.500.000	10	19
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Pada tabel 7 di atas, diketahui jumlah responden dengan pembelian kentang terbanyak atau didominasi oleh pembeli dengan jumlah pendapatan antara Rp 4.500.000 – 5.500.000 sebanyak sebanyak 27 orang (57%). Pendapatan sebagian besar responden adalah mayoritas bekerja sebagai wiraswasta dan pegawai swasta dengan rata-rata pendapatan keluarga berada di antara Rp 4.500.000 – 5.500.000.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Pengaruh Permintaan Kentang

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang, diantaranya adalah harga barang, jumlah anggota keluarga atau penduduk, tingkat pendapatan, dan selera atau minat konsumen. Di dalam penelitian ini, penggunaan faktor permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing adalah jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), pendapatan keluarga (X3) dan minat konsumen (X4). Pendugaan pada faktor permintaan kentang menggunakan model regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 20 *for Windows*.

Uji Model Fungsi (*Cobb Douglas*) dan Uji Hipotesis

Dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kentang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Regresi Faktor-Faktor Permintaan Kentang
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-15.391	8.864		-1.736	.089
Ln(Jumlah_Anggota_Keluarga)	-.156	.255	-.075	2.110	.090
Ln(Harga_Kentang)	1.510	.878	.211	1.912	.020
Ln(Pendapatan_Keluarga)	.334	.090	.468	2.010	.001
Ln(Minat_Konsumen)	-.701	.539	-.164	-1.029	.012

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

Berdasarkan pada tabel output di atas, maka diperoleh model fungsi permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing adalah sebagai berikut:

$$Y = 10^{-15.391} \cdot X_1^{-0.156} \cdot X_2^{1.510} \cdot X_3^{0.334} \cdot X_4^{-0.701}$$

$$= -\text{Log } 15,391 - 0,156 \text{ Log } X_1 + 1,501 \text{ Log } X_2 + 0,334 \text{ Log } X_3 - 0,701 \text{ Log } X_4$$

X₄

Keterangan:

- Y = Jumlah Permintaan Kentang (Kg/bulan)
 X1 = Jumlah Anggota Keluarga (jiwa)
 X2 = Harga Kentang (Rp/kg)
 X3 = Pendapatan Keluarga (Rp)
 X4 = Minat Konsumen (%)

Berdasarkan estimasi fungsi permintaan tersebut, diketahui nilai *constant* adalah $b_0 = -15,391$. artinya apabila jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga dianggap statik atau sebesar 0 maka pemintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikaming berkurang sebesar $\alpha = 15,391$, signifikan dengan nilai alpha 5%.

Uji Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,801 ^a	,729	,512	,2119

a. Predictors: (Constant), LnX4, LnX2, LnX1, LnX3

Uji determinasi dilakukan untuk menjelaskan faktor permintaan kentang berdasarkan jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), pendapatan keluarga (X3) dan minat konsumen (X4) terhadap permintaan kentang (Y). Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai R^2 atau R-Square yaitu besar persen pengaruh variable bebas adalah 0,729. Dengan ini membuktikan bahwa sebesar 72,9% variabel faktor permintaan jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), pendapatan keluarga (X3) dan minat konsumen (X4) dapat menjelaskan jumlah permintaan kentang (Y) dan sisanya 27,1 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam perhitungan analisis model

Uji Simultan (F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,683	4	,671	5,439	,001 ^b
	Residual	5,550	45	,123		
	Total	8,233	49			

a. Dependent Variable: LnY

b. Predictors: (Constant), LnX4, LnX2, LnX1, LnX3

Nilai F-hitung digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2) pendapatan keluarga (X3) dan minat konsumen (X4) secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen yaitu jumlah permintaan kentang (Y). Kriteria pengujian berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} adalah jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (k ; n-k) maka H_0 ditolak, sedangkan jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ (k ; n-k) maka H_0 diterima. Apabila dilihat berdasarkan perbandingan nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka jika nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_1 diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka H_1 ditolak.

Dari hasil uji F pada tabel di atas, maka diperoleh nilai $F_{hitung} 5,439 > F_{tabel} 2,57$ dengan nilai signfiikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga secara simultan atau keseluruhan, masing-masing variabel independen yaitu jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), pendapatan keluarga (X3) dan minat konsumen (X4) berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang (Y).

Uji Parsial (T)

Nilai t-hitung digunakan untuk menguji koefisien regresi dari masing-masing variabel independen (jumlah anggota keluarga (X1), harga kentang (X2), minat konsumen (X3) dan pendapatan keluarga (X4), secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (jumlah permintaan kentang). Kriteria pengujian berdasarkan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel} (\alpha/2 ; n-k-1)$ maka H_0 ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha/2 ; n-k-1)$ maka H_0 diterima. Jika berdasarkan perbandingan nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) apabila nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_1 ditolak, sedangkan nilai signifikansi $< \alpha$ maka H_1 diterima. Adapun hasil uji parsial pada penelitian ini sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-15.391	8.864		-1.736	.089
Ln(Jumlah_Anggota_Keluarga)	-.156	.255	-.075	2.110	.090
Ln(Harga_Kentang)	1.510	.878	.211	1.912	.020
Ln(Pendapatan_Keluarga)	.334	.090	.468	2.010	.001
Ln(Minat_Konsumen)	-.701	.539	-.164	-1.029	.012

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

Jumlah Anggota Keluarga (X1)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai t_{hitung} yang didapat adalah 2,110 $> t_{tabel}$ 2,014 sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak . Dengan demikian jumlah anggota keluarga (X1) tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang. Dengan kata lain banyak atau sedikit jumlah anggota keluarga atau jumlah tanggungan para konsumen tetap membeli ataupun mengkonsumsi kentang sebagaimana biasanya.

Harga Kentang (X2)

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 harga suatu barang akan menyebabkan pendapatan riil pembeli bertambah. Berdasarkan hasil pengujian di atas, harga kentang (X2) yang didapat yaitu $t_{hitung} 1,912 < t_{tabel} 2,014$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dengan demikian harga kentang (X2) berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang.

Pada keadaan lapangan harga kentang berpengaruh terhadap pembelian dikarenakan jika harga kentang naik, maka konsumen akan berfikir ulang untuk membeli kentang, dengan dapat menggantikan makanan pengganti seperti ubi atau karbohidrat lainnya. Berdasarkan pendapatan yang mereka hasilkan tidak menjadi kewajiban untuk selalu mengkonsumsi kentang setiap hari. Harga kentang yang melonjak naik dapat mengurangi minat konsumen untuk membelinya ataupun mengkonsumsinya.

Pendapatan Keluarga (X3)

Tingkat pendapatan keluarga dapat mencerminkan daya beli seseorang. Semakin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. Berdasarkan hasil pengujian di atas, pendapatan keluarga (X3) yang didapat yaitu $t_{hitung} 2,010 < t_{tabel} 2,014$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dengan demikian pendapatan keluarga (X3) berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang.

Dikatakan berpengaruh karena harga kentang tersebut dapat dikatakan murah. Dengan keadaan tersebut maka pola konsumen dalam melakukan

pembelian kentang kemungkinan tidak bergantung kepada jumlah pendapatan. Artinya seperti yang telah dijelaskan diatas, semakin besar pendapatan maka daya konsumen dalam membeli kentang semakin meningkat dan permintaan terhadap kentang juga makin meningkat pula.

Minat Konsumen (X4)

Minat konsumen atau selera konsumen dapat meningkatkan jumlah permintaan kentang berdasarkan kepada tingkat kesukaan atau pilihan konsumen sendiri. Gaya hidup konsumen maupun selera konsumen sendiri dapat menjadi penyebab minat terhadap suatu barang tertentu. Berdasarkan hasil pengujian di atas, minat konsumen (X4) yang didapat yaitu $t_{hitung} -1,029 < t_{tabel} 2,014$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dengan demikian minat konsumen (X4) berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang.

Tentunya hal ini juga ditunjukkan berdasarkan tingkatan selera seseorang, Semakin tinggi selera seseorang terhadap suatu barang yang disukai maka semakin besar pula permintaannya terhadap barang itu. Pada penelitian yang dilakukan di lapangan maka, minat konsumen dalam membeli kentang berpengaruh terhadap permintaan. Artinya sebagian konsumen mengatakan mereka membeli kentang berdasarkan minat, kandungan gizi dan makanan substitusi seperti karbohidrat pengganti diet. Seperti yang diketahui bahwa kentang merupakan salah satu sumber karbohidrat selain ubi.

Elastisitas Permintaan Kentang

Elastisitas Permintaan adalah perbandingan antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta terhadap persentase perubahan faktor lain yang

mempengaruhi permintaan. Dalam kasus ini faktor yang mempengaruhi permintaan adalah jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga. Selain itu, dalam penelitian ini juga ingin diketahui pengaruh elastisitas permintaan terhadap variabel yang mempengaruhinya secara signifikan. Dari hasil analisis determinan permintaan komoditas kentang pada poin sebelumnya, semua variabel yang dimasukkan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan. Nilai elastisitas variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Nilai Elastisitas Permintaan Kentang

No.	Variabel	Nilai Elastisitas
1.	Jumlah Anggota Keluarga	-0,003
2.	Harga Kentang	0,030
3.	Minat Konsumen	0,006
4.	Pendapatan Keluarga	-0,014

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Elastisitas Jumlah Anggota Keluarga (X1)

Berdasarkan analisis diketahui besarnya elastisitas jumlah anggota keluarga dalam keluarga sebesar -0,003. Nilai elastisitasnya bernilai negative yang berarti jika jumlah anggota keluarga meningkat satu persen maka permintaan kentang akan turun sebesar 0,003 persen. Nilai elastisitas jumlah anggota keluarga bersifat inelastis, karena nilai koefisien elastisitasnya < 1 , artinya perubahan peningkatan jumlah tanggungan akan memberikan respon yang lebih kecil terhadap peningkatan jumlah permintaan kentang.

Hal ini sependapat dengan pendapat Nasution (2009), jumlah anggota keluarga dapat menggambarkan potensi banyaknya konsumen yang mengonsumsi suatu barang, maka semakin meningkatnya jumlah penduduk maka kebutuhan juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.

Elastisitas Harga Kentang (X2)

Berdasarkan analisis diketahui besarnya elastisitas harga kentang sebesar 0,030. Nilai elastisitas bertanda positif menunjukkan bahwa variabel harga kentang memiliki hubungan yang lurus dengan permintaan kentang, artinya jika harga kentang naik 1 persen maka permintaan kentang juga akan naik sebesar 0,030 persen, begitu juga sebaliknya. Permintaan kentang bersifat inelastis, karena nilai koefisien elastisitasnya < 1 , yang artinya jumlah kentang yang diminta berubah dengan persentase yang lebih kecil dari pada perubahan harga kentang.

Hal ini sesuai dengan pendapat Gultom (2011), yang menyatakan bahwa apabila harga naik maka jumlah permintaan akan naik begitu juga sebaliknya. Harga barang yang lebih murah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi.

Elastisitas Pendapatan Keluarga (X3)

Berdasarkan analisis diketahui besarnya elastisitas pendapatan keluarga sebesar 0,006. Nilai elastisitasnya bernilai positif yang berarti jika pendapatan keluarga meningkat satu persen maka permintaan kentang akan meningkat sebesar 0,006 persen. Nilai elastisitas pendapatan keluarga bersifat inelastis, karena nilai koefisien elastisitasnya < 1 , artinya perubahan peningkatan pendapatan keluarga

akan memberikan respon yang lebih kecil terhadap peningkatan jumlah permintaan kentang.

Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2011), yang menyatakan bahwa apabila nilai elastisitas pendapatan bernilai antara 0 sampai 1 ($0 < e < 1$) maka barang normal. Pada umumnya semakin besar penghasilan seseorang maka semakin besar pula permintaannya terhadap suatu barang, demikian sebaliknya.

Elastisitas Minat Konsumen (X4)

Berdasarkan analisis diketahui besarnya elastisitas minat konsumen sebesar -0,014. Nilai elastisitas bertanda negative menunjukkan bahwa jika variabel minat konsumen meningkat satu persen maka permintaan kentang akan menurun sebesar 0,014 persen. Permintaan kentang bersifat inelastis, karena nilai koefisien elastisitasnya < 1 , artinya perubahan peningkatan jumlah tanggungan akan memberikan respon yang lebih kecil terhadap peningkatan jumlah permintaan kentang.

Sebagaimana dijelaskan bahwa selera konsumen adalah kesukaan atau pilihan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu barang. Salah satu faktor penyebab konsumsi seseorang terhadap suatu barang adalah gaya hidup atau selera orang itu sendiri. Seseorang yang berumur sama dan berpendapatan sama terkadang akan mengkonsumsi suatu barang lebih banyak dari pada orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen dan pendapatan keluarga berpengaruh terhadap jumlah permintaan kentang di Pasar Tradisional Sei Sikambing.
2. Faktor – faktor jumlah anggota keluarga, harga kentang, minat konsumen, dan pendapatan keluarga, bersifat inelastis. Konsumen memiliki jumlah pendapatan rendah atau tinggi tetap membeli kentang sebagai sayuran pokok.

Saran

Adapun saran berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Bagi pemerintah setempat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan kentang. Apabila terjadi kelangkaan pasokan kentang maka pemerintah mampu mengendalikannya. Kebijakan distribusi pemasokan akan kentang dengan proses pemasaran tataniaga kentang agar pemerintah menyediakan fasilitas untuk kelancaran transportasi pemasaran kentang ke pedagang di pasar tersebut yang telah menjadi sayuran segar utama di kawasan sekitar Pasar Tradisional Sei Sikambing.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai kajian yang sama agar dapat melakukan penambahan beberapa variabel lain yang diduga berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat dan rinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Achrom. H., A. Zainul dan Wilopo. 2011. Analisis Dampak Ekonomi Nematoda Sista Kentang (*Globodera rostochiensis* (Woll) Behrens dan *Globodera pallida* (Stone) Behrens). Laporan Penelitian. Balai Uji Terap Teknik dan Metode Karantina Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Amarullah. M., L. Mex dan L. Yolanda. 2019 . Produksi dan Budidaya Umbi Bibit Kentang (*Solanum tuberosum* L.) di Pangalengan, Bandung, Jawa Barat. *Agrohorti*, 7(1), 93-99.
- Arikunto. S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bumi Aksara.
- Andre. S., Y. Samuel dan S. Zain. 1999. Mikroekonomi. Erlangga.
- BPS. 2020. Produksi buah-buahan dan sayuran tahunan menurut jenis tanaman di provinsi sumatera utara.
- Boediono. 2000. Ekonomi Mikro. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Idawati. N. 2012. Pedoman Lengkap Bertanam Kentang. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Kasdi. A. 2016. Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak). *Jurnal Bisnis*, 4(2).
- Kusmana. 2012. Seleksi klon Harapan Kentang di Dataran Tinggi pada Musim Kering. *Jurnal Agrivigor*, 11(2), 284-291.
- Mardikanto. T. 2014. Pengantar Ilmu Pertanian. Puspa.
- Muchlis. 2011. Analisis Elastisitas Permintaan Beras di Kabupaten Bireuen.
- Nuraini. I. 2006. Pengantar Ekonomi Mikro. Disertasi Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Ekonomika*, 2(3), 16-22.
- Rachman. H. 2001. Kajian Pola Konsumsi dan Permintaan.
- Rahardja. P. 2006. Teori Ekonomi Mikro Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit FE UI.
- Rainiyati. A., K. Ane dan K. Dian. 2011. Proses Penyediaan Bahan Setek Kentang Asal Kultur Jaringan Untuk Produksi Bibit Kentang Mini Pada Kelompok Tani Kentang di Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 52(1), 1410-1777.

- Rasmulia. S. 2015. Managemen Agribisnis. LGMLaGods Publishing.
- Samadi. 2011. Budidaya Kentang. Penebar Swadaya.
- Setiadi. 2009. Budidaya Kentang (Pilihan Berbagai Varietas dan Pengadaan Benih). Penebar Swadaya.
- Soekirno. S. 2011. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. PT. Rajawali Grafindo Persada Press.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.
- Suparmoko. M. 1997. Ekonomi Pembangunan. BPFE Yogyakarta.
- Tulus. T. 2003. Perkembangan Sektor Pertanian di Indonesia, Beberapa Isu Penting. Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN

1. Karakteristik Sampel

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan Keluarga (Rp)
1.	Laki-laki	47	Wiraswasta	4.500.000
2.	Perempuan	25	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
3.	Laki-laki	50	Wiraswasta	3.000.000
4.	Laki-laki	41	Pegawai Swasta	8.000.000
5.	Perempuan	26	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
6.	Laki-laki	27	PNS	5.500.000
7.	Perempuan	27	PNS	6.500.000
8.	Perempuan	43	PNS	5.500.000
9.	Perempuan	30	PNS	5.500.000
10.	Laki-laki	30	PNS	6.500.000
11.	Perempuan	29	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
12.	Perempuan	33	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
13.	Laki-laki	24	Pegawai Swasta	9.000.000
14.	Perempuan	25	Pegawai Swasta	8.500.000
15.	Perempuan	25	PNS	6.500.000
16.	Perempuan	28	PNS	5.500.000
17.	Perempuan	30	PNS	5.500.000
18.	Perempuan	40	PNS	5.500.000
19.	Perempuan	31	PNS	5.500.000
20.	Laki-laki	31	Pegawai Swasta	6.500.000
21.	Laki-laki	44	Wiraswasta	4.000.000
22.	Perempuan	32	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
23.	Perempuan	41	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
24.	Perempuan	33	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
25.	Perempuan	33	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
26.	Perempuan	29	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
27.	Perempuan	45	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
28.	Perempuan	30	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
29.	Perempuan	31	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
30.	Laki-laki	43	Wiraswasta	5.500.000
31.	Laki-laki	32	Pegawai Swasta	6.000.000
32.	Laki-laki	30	Kuli Bangunan (Lainnya)	2.300.000
33.	Perempuan	29	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
34.	Perempuan	29	Ibu Rumah Tangga	1.500.000

35.	Perempuan	30	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
36.	Perempuan	31	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
37.	Perempuan	32	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
38.	Perempuan	33	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
39.	Laki-laki	35	Tukang Becak (Lainnya)	1.500.000
40.	Perempuan	35	Wiraswasta	2.500.000
41.	Perempuan	35	Wiraswasta	3.000.000
42.	Perempuan	37	Pegawai Swasta	4.500.000
43.	Perempuan	38	Pegawai Swasta	4.500.000
44.	Perempuan	34	Wiraswasta	1.500.000
45.	Perempuan	35	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
46.	Perempuan	36	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
47.	Perempuan	36	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
48.	Perempuan	38	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
49.	Perempuan	39	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
50.	Laki-laki	38	Wiraswasta	2.000.000

2. Data Permintaan Kentang di Pasar Sei Sikambang

No.	Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)	Harga Kentang (Rp/Kg)	Jumlah Pendapatan (Rp)	Minat Konsumen (%)	Jumlah Permintaan Kentang (Kg)
	(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(Y)
1.	5	12.500	4.500.000	80	3
2.	5	12.500	4.500.000	80	4,5
3.	5	12.000	1.500.000	95	5
4.	7	13.500	3.000.000	85	5
5.	6	12.000	8.000.000	85	4
6.	6	13.000	3.000.000	90	4
7.	7	12.500	5.500.000	80	6
8.	7	12.000	6.500.000	80	5
9.	4	13.500	5.500.000	75	4
10.	4	12.000	5.500.000	80	3
11.	5	13.000	6.500.000	90	3
12.	5	12.500	3.000.000	95	2
13.	5	12.000	3.000.000	85	2
14.	5	13.500	9.000.000	80	3
15.	7	12.000	8.500.000	80	7
16.	6	13.000	6.500.000	75	5
17.	6	12.500	5.500.000	85	4
18.	7	12.000	5.500.000	85	5
19.	7	13.500	5.500.000	90	4
20.	4	12.000	5.500.000	85	3
21.	4	13.000	6.500.000	80	3
22.	5	14.500	4.000.000	95	3
23.	5	12.000	2.000.000	90	3
24.	5	15.500	1.500.000	90	3,5
25.	5	13.000	3.000.000	98	4
26.	7	13.000	3.000.000	95	4
27.	6	12.500	3.000.000	90	5
28.	6	12.000	1.500.000	90	4
29.	7	13.500	1.500.000	75	4
30.	5	12.000	2.000.000	80	4,5
31.	4	13.000	5.500.000	75	4,5
32.	4	12.500	6.000.000	80	4
33.	5	12.000	2.300.000	85	5
34.	5	13.500	1.500.000	95	5
35.	5	12.000	1.500.000	85	3

36.	5	13.000	3.000.000	90	4
37.	7	12.500	3.000.000	75	4
38.	6	12.000	3.000.000	95	5
39.	6	13.500	1.500.000	85	2
40.	5	12.000	1.500.000	80	2
41.	5	13.000	2.500.000	80	4
42.	4	12.500	3.000.000	85	3
43.	4	12.000	4.500.000	85	3
44.	5	13.500	4.500.000	75	3,5
45.	5	12.000	1.500.000	95	3
46.	4	13.000	1.500.000	85	3
47.	4	12.500	2.000.000	80	3
48.	5	12.000	2.000.000	95	3
49.	7	13.500	1.500.000	85	4
50.	7	12.000	1.500.000	95	4
jlh	270	634.500	187.300.000	4.268	171
rata rata	5,4	12.690	3.746.000	85,36	3,8

3. Data Logaritma Natural Regresi Permintaan Kentang di Pasar Sei Sikambang.

No.	Ln Jumlah Anggota Keluarga (X1)	Ln Harga Kentang (X2)	Ln Jumlah Pendapatan (X3)	Ln Minat Konsumen (X4)	Ln Jumlah Permintaan Kentang (Y)
1.	1,609438	9,433484	15,31959	4,382027	1,098612
2.	1,609438	9,433484	15,31959	4,382027	1,504077
3.	1,609438	9,392662	14,22098	4,553877	1,609438
4.	1,94591	9,510445	14,91412	4,442651	1,609438
5.	1,791759	9,392662	15,89495	4,442651	1,386294
6.	1,791759	9,472705	14,91412	4,49981	1,386294
7.	1,94591	9,433484	15,52026	4,382027	1,791759
8.	1,94591	9,392662	15,68731	4,382027	1,609438
9.	1,386294	9,510445	15,52026	4,317488	1,386294
10.	1,386294	9,392662	15,52026	4,382027	1,098612
11.	1,609438	9,472705	15,68731	4,49981	1,098612
12.	1,609438	9,433484	14,91412	4,553877	0,693147
13.	1,609438	9,392662	14,91412	4,442651	0,693147
14.	1,609438	9,510445	16,01274	4,382027	1,098612
15.	1,94591	9,392662	15,95558	4,382027	1,94591
16.	1,791759	9,472705	15,68731	4,317488	1,609438
17.	1,791759	9,433484	15,52026	4,442651	1,386294
18.	1,94591	9,392662	15,52026	4,442651	1,609438
19.	1,94591	9,510445	15,52026	4,49981	1,386294
20.	1,386294	9,392662	15,52026	4,442651	1,098612
21.	1,386294	9,472705	15,68731	4,382027	1,098612
22.	1,609438	9,581904	15,2018	4,553877	1,098612
23.	1,609438	9,392662	14,50866	4,49981	1,098612
24.	1,609438	9,648595	14,22098	4,49981	1,252763
25.	1,609438	9,472705	14,91412	4,584967	1,386294
26.	1,94591	9,472705	14,91412	4,553877	1,386294
27.	1,791759	9,433484	14,91412	4,49981	1,609438
28.	1,791759	9,392662	14,22098	4,49981	1,386294
29.	1,94591	9,510445	14,22098	4,317488	1,386294
30.	1,609438	9,392662	14,50866	4,382027	1,504077
31.	1,386294	9,472705	15,52026	4,317488	1,504077
32.	1,386294	9,433484	15,60727	4,382027	1,386294
33.	1,609438	9,392662	14,64842	4,442651	1,609438
34.	1,609438	9,510445	14,22098	4,553877	1,609438

35.	1,609438	9,392662	14,22098	4,442651	1,098612
36.	1,609438	9,472705	14,91412	4,49981	1,386294
37.	1,94591	9,433484	14,91412	4,317488	1,386294
38.	1,791759	9,392662	14,91412	4,553877	1,609438
39.	1,791759	9,510445	14,22098	4,442651	0,693147
40.	1,609438	9,392662	14,22098	4,382027	0,693147
41.	1,609438	9,472705	14,7318	4,382027	1,386294
42.	1,386294	9,433484	14,91412	4,442651	1,098612
43.	1,386294	9,392662	15,31959	4,442651	1,098612
44.	1,609438	9,510445	15,31959	4,317488	1,252763
45.	1,609438	9,392662	14,22098	4,553877	1,098612
46.	1,386294	9,472705	14,22098	4,442651	1,098612
47.	1,386294	9,433484	14,50866	4,382027	1,098612
48.	1,609438	9,392662	14,50866	4,553877	1,098612
49.	1,94591	9,510445	14,22098	4,442651	1,386294
50.	1,94591	9,392662	14,22098	4,553877	1,386294

4. Uji Asumsi Klasik dan Uji Cobb Douglas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,25308108
	Absolute	,095
Most Extreme Differences	Positive	,080
	Negative	-,095
Kolmogorov-Smirnov Z		,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,181

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

5. Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-15.391	8.864		-1.736	.089
	Ln(Jumlah_Anggota_Keluarga)	-.156	.255	-.075	2.110	.090
	Ln(Harga_Kentang)	1.510	.878	.211	1.912	.020
	Ln(Pendapatan_Keluarga)	.334	.090	.468	2.010	.001
	Ln(Minat_Konsumen)	-.701	.539	-.164	-1.029	.012

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

6. Uji Determinasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,683	4	.671	5,439	,001 ^b
	Residual	5,550	45	.123		
	Total	8,233	49			

a. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,801 ^a	,729	,512	,2119

a. Predictors: (Constant).

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 7. Perhitungan Elastisitas Permintaan Kentang

1. Variabel Jumlah Anggota Keluarga

$$E = b \frac{\text{rata rata jumlah anggota}}{\text{total jumlah anggota keseluruhan}}$$

$$E_p = -0,156 \frac{54}{270}$$

$$= -0,003$$

2. Variabel Harga

$$E = b \frac{\text{rata rata harga kentang}}{\text{total jumlah harga kentang}}$$

$$= 1,510 \frac{12.700}{634.500}$$

$$= 0,030$$

3. Variabel Pendapatan Keluarga

$$E = b \frac{\text{rata rata pendapatan konsumen}}{\text{total pendapatan konsumen}}$$

$$= 0,334 \frac{3.746.000}{187.300.000}$$

$$= 0,006$$

4. Variabel Minat konsumen

$$E = b \frac{\text{rata rata minat konsumen}}{\text{total keseluruhan minat konsumen}} \times 100\%$$

$$= -0,701 \frac{85,36}{4268}$$

$$= -0,014$$

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian







