

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP  
BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L.) DI PASAR RAYA  
MEDAN METROPOLITAN TRADE CENTRE KOTA MEDAN**

**S K R I P S I**

Oleh:

**YULITA SYAHRANI  
NPM : 1904300005  
Program Studi : AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP  
BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L.) DI PASAR RAYA  
MEDAN METROPOLITAN TRADE CENTRE KOTA MEDAN

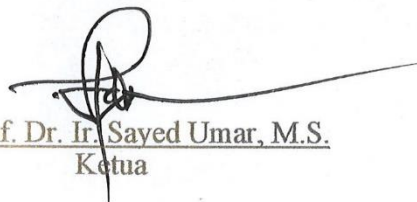
SKRIPSI

Oleh :

YULITA SYAHRANI  
1904300005  
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

  
Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.  
Ketua

  
Mailina Harahap, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh :  
Dekan

  
Assoc. Prof. Dr. Daini Maswar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus: 17 Februari 2024

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Yulita Syahrani

NPM : 1904300005

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan, April 2024

Yang menyatakan,



Yulita Syahrani

## RINGKASAN

**YULITA SYAHRANI (1904300005)** dengan judul “**Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan**”. Penelitian ini dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing. Penelitian ini dilakukan pada akhir bulan Juli sampai awal bulan Agustus tahun 2023. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan dan untuk menganalisis elastisitas permintaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah. Metode penelitian berjenis deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data di peroleh dari data primer dan sekunder. Penentuan lokasi penelitian yang digunakan dengan metode *purposive*. Teknik penarikan sampel dengan metode *incidental sampling* dan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan setiap konsumen terhadap bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan berbeda-beda dilihat dari ketiga faktor yaitu harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan. Berdasarkan uji simultan menyatakan variabel independen (harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (permintaan konsumen). Berdasarkan uji parsial menyatakan adanya pengaruh variabel pendapatan konsumen dan variabel jumlah tanggungan terhadap variabel permintaan konsumen, sedangkan variabel harga bawang merah tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan konsumen. Elastisitas permintaan bawang merah di pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan pada variabel harga bawang merah terdapat korelasi negatif, sedangkan elastisitas permintaan bawang merah pada variabel pendapatan konsumen bersifat elastis dengan perolehan angka  $675.200 > 1$ , dan elastisitas permintaan bawang merah pada variabel jumlah tanggungan bersifat inelastis dengan perolehan angka  $0.260 < 1$ .

**Kata kunci : Permintaan, bawang merah, elastisitas permintaan**

## SUMMARY

**YULITA SYAHRANI (1904300005)** with the title "**Analysis of Consumer Demand for Shallots (*Allium ascalonicum* L.) at Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Center Medan City**". This research was supervised by Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S as Chair of the Advisory Commission and Mrs. Mailina Harahap, S.P., M.Si as Member of the Advisory Commission. This research was conducted at the end of July to the beginning of August 2023. The research was conducted with the aim of analyzing what factors can influence the amount of consumer demand for red onions at Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Center Medan City and to analyze the elasticity of demand for factors -factors that influence the demand for shallots. The research method is quantitative descriptive type. Data collection was obtained from primary and secondary data. Determining the research location used the purposive method. The sampling technique used the incidental sampling method and a sample size of 100 respondents. The analytical method used in this research is the classical assumption test and multiple linear regression analysis. The research results show that each consumer's demand for shallots at Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Center Medan City varies based on three factors, namely the price of shallots, consumer income and number of dependents. Based on the simultaneous test, the independent variables (price of shallots, consumer income, and number of dependents) have a joint effect on the dependent variable (consumer demand). Based on the partial test, it states that there is an influence of the consumer income variable and the variable number of dependents on the consumer demand variable, while the onion price variable has no effect on the consumer demand variable. The elasticity of demand for shallots in the Medan Metropolitan Trade Center Raya market, Medan City, has a negative correlation in the variable price of shallots, while the elasticity of demand for shallots in the consumer income variable is elastic with a figure of  $675,200 > 1$ , and the elasticity of demand for shallots in the number of dependents variable is inelastic with a score of  $0.260 < 1$ .

***Keywords: Demand, red onion, elasticity of demand***

## **RIWAYAT HIDUP**

**YULITA SYAHRANI**, lahir pada tanggal 03 Juli 2001 di Tegal Rejo.

Penulis merupakan anak tunggal dari Ayahanda Sahrudin dan Ibunda Nurmayani.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2006 masuk Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Tunas Medica dan lulus pada tahun 2007.
  2. Tahun 2007 masuk Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 056017 Tebing Tanjung Selamat dan lulus pada tahun 2013.
  3. Tahun 2013 masuk Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Sawit Seberang dan lulus pada tahun 2016.
  4. Tahun 2016 masuk Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Swasta Yayasan Pendidikan Pancasila (YPP) dan lulus pada tahun 2019.
  5. Tahun 2019 melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kegiatan yang pernah diikuti penulis selama duduk di bangku kuliah adalah

sebagai berikut :

1. Pada Tahun 2019 Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Pada Tahun 2019 Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Pada Bulan Agustus sampai Bulan September Tahun 2021 Mengikuti Program Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia (KMMI) secara online.
4. Pada Tahun 2022 Mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Kebun Mayang.

5. Pada Tahun 2022 Mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) *Batch* 2 di Universitas Airlangga.
6. Pada Bulan Juli sampai Bulan Agustus Tahun 2023 Melakukan Penelitian di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Analisis Permintaan Kosumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan)”. Dan tidak lupa semoga sholawat beriringkan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Tetap tercurahkan.

Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam pengerjaan tugas akhir ini penulis banyak mengalami kendala, akan tetapi berkat bantuan, doa dan dukungan dari berbagai pihak secara berangsur-angsur akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karenanya, dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis banyak bersyukur dan mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan serta ilmunya kepada penulis selama penulisan tugas akhir.
4. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya di Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai bekal di masa depan.
5. Seluruh Staf pegawai di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya Program Studi Agribisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi.
6. Wanita-wanita hebat penulis, Ibunda Nurmayani AMK dan Ibunda Nurmaida S.E yang telah mengusahakan, mengurus, membesarkan,



mendidik, dan selalu memberikan dukungan berupa moril, materi, serta do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Almarhum kakek dan Almarhumah nenek yang selalu penulis rindukan, yang semasa hidupnya selalu berusaha melindungi dan memberikan kebahagiaan untuk penulis dan keluarga. Terimakasih juga kepada keluarga besar penulis yang tidak dapat di tuliskan satu persatu.
8. Teman seperjuangan khususnya Agribisnis A1 Angkatan 2019 serta sahabat-sahabat penulis, Inke Triska Aulya, Pinkan Ramadhanty S.P, Pelangi Wulan Amnirtasari S.P, Nova Tri Susanti S.P, Feni Rahmadani S.P, dan Riski Nurul Agustin terimakasih sudah saling mendoakan dan menguatkan satu sama lain.
9. Teman-teman Pertukaran Mahasiswa Merdeka Angkatan 2 Universitas Airlangga serta sahabat-sahabat sekaligus adik penulis, Dinda Agustina Harahap, Putri Rahayu Nst, Eunike Anita Pabiri, dan Azlina Rahmadani, terimakasih sudah memberikan semangat yang luar biasa dan mau untuk bertukar ilmu dengan penulis.
10. Diri sendiri, terimakasih Yulita Syahrani untuk setiap perjalanan yang tidak mudah namun masih tetap mau berdampingan melawan badai kehidupan termasuk dalam menyelesaikan tugas akhir yang pada prosesnya sangat melelahkan. Bermodalkan yakin semoga mampu untuk melewatinya, meski perlahan namun enggan untuk berhenti. Terimakasih karena sudah berani dan melawan rasa takut di setiap episode kehidupan dengan berbagai warnanya. *I love myself, always.*

Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak sebagai masukan untuk penulis agar lebih baik kedepannya dan memperluas wawasan terutama bagi penulis dan juga para pembacanya. Penulis juga mengharapkan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih.

Medan, April 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
SUMMARY .....	ii
RIWAYAT HIDUP .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	6
Tujuan Penelitian .....	6
Kegunaan Penelitian .....	6
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
Bawang Merah .....	8
Teori Permintaan .....	8
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah .....	11
Elastisitas Permintaan .....	12
Pasar Tradisional .....	14
Penelitian Terdahulu .....	15
Kerangka Pemikiran .....	17
Hipotesis Penelitian .....	19
METODE PENELITIAN .....	20
Metode Penelitian .....	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	20
Metode Penarikan Sampel .....	20

Metode Pengumpulan Data .....	21
Metode Analisis Data .....	21
Definisi dan Batasan Operasional .....	23
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....	25
Letak Dan Luas Daerah .....	25
Daerah Lokasi Penelitian .....	25
Sarana Dan Prasarana Umum .....	27
Karakteristik Responden .....	28
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	33
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan .....	33
Uji Asumsi Klasik .....	33
Uji Hipotesis .....	36
Elastisitas Permintaan Konsumen .....	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
Kesimpulan .....	43
Saran .....	43
DAFTAR PUSTAKA .....	44
LAMPIRAN .....	47

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Produksi Bawang Merah Di Sumatera Utara tahun 2021 .....	4
2.	Data Rata-Rata Konsumsi Bawang Merah di Indonesia ....	4
3.	Daftar Potensi Pasar Raya MMTTC .....	26
4.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
5.	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	29
6.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	30
7.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	30
8.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	31
9.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	32
10.	Uji Normalitas .....	34
11.	Uji Multikolinearitas .....	34
12.	Uji Heteroskedastisitas .....	35
13.	Nilai Koefisien Determinasi .....	36
14.	Uji F .....	36
15.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
16.	Nilai Elastisitas Permintaan Bawang Merah .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambar Kurva Permintaan .....	10
2.	Gambar Skema Kerangka Pemikiran .....	18
3.	Struktur Organisasi Pasar Raya MMTC .....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah ( <i>Allium ascalonicum</i> L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan .....	47
2.	Karakteristik Responden Konsumen Bawang Merah .....	52
3.	Variabel Penelitian .....	57
4.	Bentuk Logaritma Dari Variabel Penelitian .....	60
5.	Hasil Output Regresi Linear Berganda .....	63
6.	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Fakultas .....	65
7.	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Pasaraya MMTC .....	66
8.	Dokumentasi Penelitian .....	67

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Hortikultura mempunyai arti utama yaitu aktivitas ataupun seni dalam melakukan cocok tanam, buah, sayur, tumbuhan herbal dan hias. Tanaman ini juga memiliki berbagai manfaat, diantaranya dijadikan sumber bahan pangan, hias, obat, dan lainnya (Lihiang *dkk*, 2022). Subsektor hortikultura merupakan satu dari berbagai bidang yang berkontribusi atau sumbangan bagi pertanian. Hal ini dapat dilihat dari keunggulan-keunggulan pada produk hortikultura ini sendiri. Dimana keunggulan ini dapat dilihat dari tingginya nilai jual, jenis yang banyak, dan daya serap pasar baik domestik dan luar negeri selalu meningkat berbentuk olahan dan juga mentah (Chan, 2021).

Dari berbagai macam tanaman hortikultura, terdapat di dalamnya tanaman buah dan sayur musiman serta komoditas buah-buahan dan sayur tahunan. Tanaman sayuran musiman mempunyai kandungan vitamin, mineral, garam dan lainnya yang dimanfaatkan melalui ragam komponen mulai dari daun, buah, bunga, umbi dengan umur di bawah 1 tahun (BPS Sumut, 2024).

Satu di antara tumbuhan hortikultura yang banyak ditanam sebagai kegiatan budidaya dari petani yakni bawang merah. Bawang merah sendiri termasuk kedalam golongan sayuran rempah yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Kebutuhan akan sayuran rempah tersebut semakin hari semakin tinggi. Kebutuhan yang umum yaitu bawang merah ini sebagai bumbu dalam masakan dimana masyarakat juga meyakini bahwa dengan menambahkan bawang merah pada masakan akan membuat masakan akan menjadi semakin lebih lezat.

Bawang merah memiliki nilai ekonomi tinggi, pengembangannya akan sangat baik apabila dikembangkan di wilayah dataran rendah sampai dataran tinggi. Tanaman ini banyak dibudidayakan lantaran mudah dan cepat dalam budidayanya. Dimana 50-60 HST, pangsa pasarnya luas, permintaannya yang tinggi membuat bawang merah sangat layak untuk diusahakan, oleh karenanya banyak petani yang mengusahakan tanaman ini (Harahap *dkk*, 2023).

Bawang merah sampai saat ini ketersediaannya terbilang relative kurang dari kebutuhannya khususnya di musim hujan. Inilah alasan mengapa bawang merah di pasaran berharga tinggi, inflasi yang terkadang terjadi setiap tahunnya juga disebabkan oleh hal tersebut. Dalam hal menormalkan dan membuat harga kembali stabil dan penyediaan bawang merah selalu cukup, maka dibutuhkan upaya meningkatkan hasil produksinya dalam menyesuaikan volume keperluan yang termasuk mengalami peningkatan tiap tahun pada waktu *off season*. Produksi komoditas ini meningkatkan di waktu tersebut yaitu luar musim termasuk penting, namun tidak menutup kemungkinan faktor cuaca juga menjadi kendala. Adapun kendala yang timbul yaitu saat tingginya tekanan hujan mampu mengakibatkan gangguan terhadap fotosintesis dan tingkatan daya serang penyakit menjadikan produksi otomatis akan mengalami penurunan (Kilmanun *dkk*, 2020).

Permintaan merupakan kemauan yang diikuti dengan kapasitas dalam melakukan pembelian jasa dan barang terhadap tingkatan berbagai waktu maupun harga (Fitri *dkk*, 2022). Permintaan bawang merah di Provinsi Sumatera Utara telah meningkat mulai tahun 2014 - 2018, dengan nilai yaitu 5.197 ton ataupun senilai 14,60% sampai lama waktu 5 tahun ataupun senilai 2.91% setiap tahun. Permintaan tersebut mengalami peningkatan sejalan dari keperluan penduduk yang juga



mengalami hal yang sama dikarenakan terdapat total masyarakat yang terus bertambah (Taufiq *dkk*, 2021).

Permintaan bawang merah yang selalu meningkat, sedangkan ketersediaan produksi bawang merah tidak seimbang dengan permintaan. Dimana penawaran bawang merah lebih rendah dari pada permintaan sehingga harga bawang merah cenderung sangat tinggi.

Meningkatnya permintaan bawang merah juga disebabkan karena bertambahnya jumlah penduduk dan peningkatan daya beli masyarakat serta inovasi masyarakat dalam menghasilkan berbagai kuliner dengan cita rasa makanan.

Ketergantungan masyarakat terhadap bawang merah sebagai bumbu makanan utama menjadikan bawang merah sebagai satu dari berbagai jenis tanaman yang banyak dibutuhkan namun hal tersebut berlawanan dengan sifat bawang merah yang musiman, hal ini membuat harga bawang merah tak menentu dimana dapat mengalami peningkatan tarif ketika tingginya permintaan dibanding ketersediaan dan harganya turun drastis apabila pada kondisi ketersediaan sangat tinggi dibanding permintaannya.

Produksi bawang merah sendiri cenderung mengikuti luas panennya. Dimana apabila perkembangan luas panen meningkat, otomatis perkembangan produksi bawang merah juga akan ikut meningkat.

Tabel 1. Data Produksi Bawang Merah Di Sumatera Utara Tahun 2021

No.	Tahun	Produksi (Ton)
1	2017	16 103,00
2	2018	16 337,00
3	2019	18 072,00
4	2020	29 222,00
5	2021	53 962,00

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut menampilkan produksi bawang merah di provinsi Sumatera Utara selalu meningkat di tiap tahun. Di 2017 produksinya mencapai 16 103,00 ton, kemudian di tahun berikutnya yaitu 2018 produksi bawang merah mengalami kenaikan jumlah produksi yakni 16 337,00 ton, lalu di tahun 2019 produksi bawang merah menduduki jumlah yang lebih tinggi di tahun sebelumnya, yaitu 18 072,00 ton, selanjutnya pada tahun 2020 jumlah produksi kembali naik dengan total produksi sebanyak 29 222,00 ton, dan di tahun 2021 jumlah produksi bawang merah naik dibanding tahun-tahun sebelumnya yaitu mencapai 53 962,00 ton.

Tabel 2. Data Rata-Rata Konsumsi Bawang Merah Per Kapita Seminggu Di Indonesia Tahun 2023

No.	Tahun	Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Seminggu (Ons)
1	2019	0,537
2	2020	0,518
3	2021	0,561
4	2022	0,580
5	2023	0,549

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Tahun 2023

Berdasarkan tabel tersebut menampilkan rata-rata konsumsi bawang merah per kapita seminggu selalu berubah-ubah. Dimana pada tahun 2019 dengan rata-rata konsumsi sebanyak 0,537, tahun 2020 sebanyak 0,518, tahun 2021 sebanyak 0,561,

tahun 2022 sebanyak 0,580, dan tahun 2023 sebanyak 0,549. Dari angka-angka tersebut juga terlihat konsumsi akan bawang merah pada setiap individu tidak menentu dan naik turun.

Kota Medan merupakan salah satu kota sebagai pusat sentral jual beli produksi bawang Sumatera Utara. Salah satu pasar yang paling populer dan banyak dikunjungi masyarakat yaitu Pasar Raya MMTC (Medan Metropolitan Trade Centre). Komoditas bawang merah adalah satu di antara komoditas hortikultura yang didagangkan pada pasar itu sendiri. Pada dasarnya pasar tradisional yang satu ini amat sangat banyak pengunjung, namun di samping produk bawang merah yang banyak dicari masyarakat, jumlah produk tersebut tidak selalu dapat memenuhi permintaan pasar. Oleh karenanya harga bawang merah di pasar tidak jarang berubah-ubah disebabkan oleh banyak aspek. Salah satunya terkait harga bawang merah dimana jika harga bawang merah menurun maka permintaan dapat meningkat dan apabila harga bawang merah naik sehingga permintaan dapat mengalami penurunan.

Dari permasalahan yang ada, hal tersebut menjadi pemicu penulis untuk melakukan penelitian ini yaitu tentang “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan”.

Dalam hal pemenuhan konsumsi masyarakat yang terus mengalami peningkatan namun harga bawang merah yang masih sering tidak stabil, maka hal ini perlu adanya penelitian guna menganalisis permintaan konsumen terhadap komoditi bawang merah tersebut. Penelitian tersebut juga dapat dibantu dengan mengetahui berbagai faktor yang memberi pengaruh jumlah permintaan konsumen

pada bawang merah, serta bagaimana tingkat elastisitas permintaan bawang merah pada konsumen bawang merah.

### **Rumusan Masalah**

Dari adanya penjabaran diatas, bias diambil kesimpulan rumusan masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Apa saja yang dijadikan sebagai faktor yang berpengaruh pada jumlah permintaan konsumen terhadap bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan?
2. Bagaimana elastisitas permintaan pada berbagai faktor yang memberi pengaruh permintaan bawang merah?

### **Tujuan Penelitian**

Dari adanya penjabaran di atas, kesimpulan yang bias diambil untuk tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis berbagai faktor apa saja yang bisa berpengaruh pada jumlah permintaan konsumen terhadap bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan
2. Untuk menganalisis elastisitas permintaan pada berbagai faktor yang memberi pengaruh permintaan bawang merah

### **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan ataupun manfaat adanya penelitian ini, yakni:

1. Bagi Peneliti

Sebagai ilmu dan wawasan serta persyaratan untuk menuntaskan pendidikan di Program Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan untuk pemerintah dan instansi terkait dalam pengembangan agribisnis bawang merah

3. Sebagai bahan informasi serta acuan untuk apra peneliti yang berkaitan mengenai riset ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Bawang Merah**

Bawang merah menjadi tanaman hortikultura yang sangat banyak kegunaannya. Di hampir sebagian besar wilayah Indonesia banyak ditemui petani yang mengusahakan tanaman hortikultura ini. Produksi bawang merah di setiap provinsinya memiliki angka yang berbeda tentunya, dimana terdapat provinsi yang menghasilkan jumlah besar bawang merah ditunjukkan dengan luas areal panen lebih dari 1000 (Ha) pertahun, yakni: Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Tengah, dan Sulawesi Selatan. Pada tahun 2013, delapan provinsi ini menyumbang 96,8% dari total produksi bawang merah Indonesia. Selanjutnya, dari keseluruhan produksi bawang merah nasional, lima provinsi di Pulau Jawa Jawa Barat yang berkontribusi sebanyak 78,1%. Provinsi-provinsi yang memasok bawang merah pada produksi ini menjadi bukti tingginya kualitas bawang merah yang ditemukan di Indonesia. (Irmayani *dkk*, 2023).

### **Teori Permintaan**

Teori permintaan adalah hipotesis perekonomian mengatakan permintaan berdampak pada harga. Berdasarkan pernyataan ini, teori ini mendalilkan saat permintaan pasar meningkat, harga produk pun ikut meningkat. Sebaliknya, bila permintaan menurun dapat membuat penurunan juga terhadap harga. Karena konsumen berhati-hati dalam membelanjakan uang mereka dan pertumbuhan pasar atau harga yang tinggi, permintaan pada awalnya menurun. Oleh karena itu, produsen akan menurunkan harga ketika konsumen tidak lagi tertarik untuk membeli barangnya, sehingga memungkinkan konsumen untuk sekali lagi membeli

barang yang mereka buat. Permintaan adalah harga komoditas itu sendiri, harga berbagai barang lainnya, penghasilan pelanggan, preferensi konsumen, jumlah penduduk, musim, dan proyeksi masa depan semuanya mempengaruhi seberapa besar kebutuhan suatu masyarakat tertentu terhadap suatu jenis barang tertentu. Melalui spesialisasi produk, pergeseran preferensi pelanggan terhadap satu komoditas dapat mengarah pada pengembangan komoditas tambahan; semakin banyak suatu produk diinginkan, semakin banyak permintaannya. (Harati Rima, 2022).

Persamaan yang dikenal sebagai fungsi permintaan menampilkan korelasi dari kuantitas barang yang diinginkan dan sejumlah variabel yang mempengaruhi permintaan barang tersebut. (Damanik *dkk*, 2021).

Adapun bentuk umum dan fungsi permintaan dengan dua variabel yakni dengan berikut:

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

Dimana :

$a$  dan  $b = a$  sebagai konstanta, dan  $b$  harus dengan nilai negatif

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

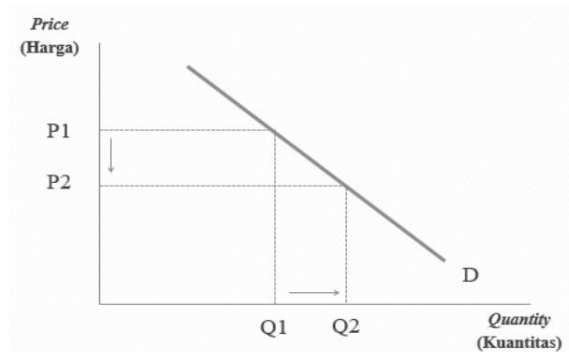
$P_d$  = permintaan tarif barang setiap unit

$Q_d$  = permintaan jumlah banyak unit barang

' = syarat  $P \geq 0$ ,  $Q$ , serta  $dP_d / dQ < 0$

Di dalam teori permintaan, terdapat pula hukum permintaan. Dimana hukum permintaan sendiri mengatakan permintaan suatu produk meningkat sejalan pada penurunan harga. Lalu kebalikannya, permintaan terhadap suatu barang dapat

mengalami penurunan sejalan dari semakin naik harga barang tersebut. (Hakim dan Adriansyah, 2021).



Gambar 1. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang mengkaitkan kuantitas yang diminta dengan harga. Harga tertinggi yang bersedia dibayar pelanggan untuk berbagai jenis barang per unit waktu diwakili oleh kurva permintaan. (Oktaviana *dkk*, 2023).

Kurva permintaan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Kurva mempunyai kemiringan negatif dan menurun dari kiri ke kanan.
2. Lengkungan garis lurus.
3. Hubungan antara harga dan jumlah barang dagangan bersifat timbal balik.

Terdapat 2 (dua) terminology yaitu antara “pergeseran kurva permintaan” (perubahan permintaan) dan “pergerakan sepanjang kurva permintaan” (perubahan kuantitas yang dicari). Ketika perubahan harga mengakibatkan permintaan jumlah barang berubah, barang tersebut bergerak sepanjang kurva. Namun kurva permintaan akan bergerak ke kiri jika perubahan tersebut mengakibatkan penurunan jumlah produk yang diminta dan ke kanan jika perubahan tersebut mengakibatkan peningkatan jumlah permintaan jika salah satu faktor non-harga seperti usia, penghasilan, populasi, harga barang alternatif, dan selera berubah. (Ramadhan dan Adnan, 2021).



## **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah**

Adapun beberapa berbagai faktor terpenting memberi pengaruh permintaan (*demand*) secara umum, diantaranya:

1. Harga Barang Itu Sendiri

Adalah nilai tukar yang diukur atau dinyatakan dengan uang. Keberhasilan permintaan suatu produk sangat ditentukan oleh harganya yang mempunyai pengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu barang.

2. Pendapatan

Bila permintaan masyarakat terhadap produk-produk biasa meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan mereka, maka permintaan terhadap barang-barang di bawah standar akan menurun seiring dengan pendapatan.

3. Selera Masyarakat

Selera merupakan suatu nafsu akan sesuatu. Dimana masyarakat yang merupakan konsumen berminat atau memiliki keinginan terhadap suatu produk demi memenuhi kebutuhannya. Hal ini sangat penting diketahui karena dengan tingkat keseleraan konsumen maka permintaan juga akan dapat meningkat. Meskipun harga suatu barang tetap, perubahan selera pelanggan juga mempengaruhi permintaan terhadap barang tersebut.

4. Harga Barang Lain

Pengaruh yang dihasilkan dari harga barang lain memberi pengaruh permintaan pada barang A dikarenakan terdapat ketersediaan pelanggan melakukan pembelian pada barang B dengan sifat sebagai pengganti (substitusi) barang A bila terjadi perubahan harga barang pengganti B

tersebut. Jika terjadi kenaikan barang B, maka total barang A yang diminta akan meningkat pula.

Harga barang komplementer atau biasa disebut dengan barang pelengkap adalah produk yang digunakan secara bersamaan atau bersamaan dengan produk lain. Misalnya, jumlah barang komplementer ( $Z$ ) yang diminta akan berkurang jika harganya naik, begitu pula jumlah barang A yang diminta.

#### 5. Jumlah Anggota Keluarga

Kecil besarnya keperluan keluarga ditetapkan dari besarnya total keluarga tersebut. Semakin banyak tuntutan pada sebuah keluarga yang harus dipenuhi semakin besar jumlah anggota keluarga. Oleh karena itu, dalam tingkatan yang sangat kecil dan juga besar merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang. (Maulana *dkk*, 2021).

### **Elastisitas Permintaan**

Elastisitas Permintaan adalah ukuran metrik atau kuantitatif yang menggambarkan bagaimana harga berubah memberi pengaruh pada permintaan jumlah barang. Elastisitas permintaan perlu untuk diketahui guna membantu dalam menganalisa dan juga mengevaluasi serta menentukan apakah harga wajib untuk diubah atau tidak. Selain untuk menentukan harga tersebut wajib tidaknya dirubah, akan tetapi elastisitas permintaan juga berguna dalam menentukan seberapa besar harga tersebut dinaikkan ataupun diturunkan.

Elastisitas Permintaan terbagi atas 3 macam, diantaranya:

#### 1. Elastisitas Harga

Elastisitas ini yaitu pengukuran seberapa banyak suatu produk dibeli sebagai respons terhadap perubahan harga, atau seberapa besar perubahan

kuantitas yang diperlukan. Elastisitas ini juga mengukur seberapa sensitif permintaan dipengaruhi oleh perubahan harga suatu produk. Elastisitas harga biasanya menunjukkan tanda negatif yang menunjukkan penurunan permintaan seiring kenaikan harga. Koefisien elastis mengukur seberapa responsif pasar terhadap perubahan harga suatu barang. Dimana koefisien ini maksudnya nilai dari hasil perhitungan elastisitas (Soraya dan Bambang, 2021).

## 2. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas ini menggambarkan sejauh mana berbagai variasi permintaan yang disebabkan oleh variasi pendapatan konsumen disebut sebagai elastisitas pendapatan permintaan, atau elastisitas pendapatan. Sejumlah permintaan barang dapat meningkat sebagai respons terhadap peningkatan pendapatan. Ketika adanya korelasi searah dari penghasilan dan permintaan yang saling berubah, maka elastisitas pendapatan menunjukkan tanda positif. Sehingga komoditi umum adalah komoditas yang mempunyai elastisitas pendapatan. Ketika pendapatan meningkat, jumlah yang dibelanjakan untuk beberapa hal menurun; Hal ini menunjukkan bahwa elastisitasnya negatif karena perubahan pendapatan dan jumlah pengeluaran bergerak berlawanan arah. Biasanya, ini disebut sebagai benda inferior. (Astuti *dkk*, 2021).

## 3. Elastisitas Silang

Adalah persentase perubahan permintaan komoditi apabila tarif komoditas lain yang terkait (komoditas substitusi dan substitusi komplementer) berubah satu persen (Dian Wijayanto, 2021).

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan barang, diantaranya:

1. Sejauh mana barang alternatif dapat menggantikan produk yang sedang dipertimbangkan. Permintaan terhadap suatu barang yang banyak barang substitusinya biasanya bersifat elastis karena konsumen akan berpindah ke komoditas lain sebagai respons terhadap fluktuasi harga. Karena sulit untuk mengidentifikasi alternatif, barang tanpa alternatif tersebut biasanya memiliki profil permintaan yang tidak elastis.
2. Bagian dana yang dialokasikan untuk pembelian barang tersebut. Permintaan suatu barang akan semakin elastis jika semakin besar persentase pendapatan yang dibutuhkan untuk membelinya.
3. Jangka waktu pengamatan atas permintaan. Periode permintaan yang diperpanjang menunjukkan permintaan yang lebih elastis terhadap komoditas tersebut. Karena pelanggan tidak menyadari perkembangan pasar, permintaan menjadi tidak elastis dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang, pembeli akan mencari produk pengganti untuk menggantikan produk yang biayanya naik. (Fitriyani *dkk*, 2022).

### **Pasar Tradisional**

Pasar tradisional yaitu pembangunan pasar dan dijalankan sektor publik atau swasta, koperasi, atau organisasi non-pemerintah regional, selain ruang komersial yang sudah ada, yang biasanya merupakan usaha kecil dan menengah yang dimiliki atau dioperasikan sebagai kios, toko, bilik, atau tenda. Dimana pada pasar tersebut merupakan proses jual beli yang hal tersebut menjadikan interaksi antara penjual dengan pembeli (Fithoni dan Nur, 2020).

Salah satu aspek warisan budaya negara yang tidak dapat dengan mudah digantikan oleh pasar modern adalah pasar tradisional. Selain itu, pasar ini juga berfungsi sebagai jaring pengaman finansial bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. Jelas terlihat bahwa pasar tradisional memiliki kepentingan strategis yang lebih penting untuk diakses oleh sebagian besar pedagang, dan harga pasar tradisional juga lebih terjangkau bagi pelaku ekonomi lemah yang memegang posisi mayoritas. Melalui retribusi yang ada, sektor pasar adalah satu dari berbagai sumber pendapatan asli daerah (PAD). Sejumlah isi dari pasar ini menawarkan keperluan harian dimana terdapat ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, elektronik, pakaian dan sebagainya. Dengan pedagang yang lengkap didalamnya dan dengan harga barangnya yang masih dapat dijangkau, pasar tradisional ini banyak diminati hingga saat sekarang ini meskipun sudah banyak berdirinya pasar modern (Fahmi *dkk*, 2021).

### **Penelitian Terdahulu**

1. Hamidah *dkk* (2020). Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatra Barat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisa Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang. Penelitian ini berjenis deskriptif analitis. Penelitian tersebut menerapkan data sekunder dengan bentuk *time series*. Penggunaan metode penelitian yaitu analisa Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, dan pendapatan per kapita semuanya memberi pengaruh pada permintaan konsumen terhadap cabai. Namun harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, dan harga bawang merah di tingkat konsumen mempunyai pengaruh yang cukup besar

terhadap permintaan cabai. Variabel harga cabai merah besar di tingkat konsumen dan variabel harga cabai merah keriting di tingkat konsumen mempunyai hubungan yang paling tinggi.

Adapun terdapat bagian yang berbeda dalam penelitian ini yakni mengkaji mengenai komoditi bawang merah, jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif, penelitian ini memanfaatkan kuesioner dan wawancara, dan metode penelitiannya dengan *incidental sampling*.

2. Cahyaningrum *dkk* (2018). Analisis Permintaan Bawang Merah Di Kota Surakarta. Tujuan penelitian ini menganalisa berbagai faktor yang berpengaruh pada permintaan bawang merah serta mengetahui elastisitas permintaan bawang merah, dan mengetahui hubungan dari permintaan bawang merah di Kota Surakarta. Penggunaan metode penelitian yaitu metode deskriptif dan analitis, sedangkan penetapan lokasi menerapkan analisa regresi berganda dan korelasi *pearson product moment*. Penggunaan data pada penelitian ini yaitu data sekunder *time series* tahun 1997-2016. Temuan penelitian menunjukkan bahwa permintaan bawang merah di Kota Surakarta sangat ditentukan dari pengaruh harga bawang putih, cabai merah, cabai rawit, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita. Selain itu, karena harga bawang merah di Surakarta tidak terlalu berpengaruh terhadap permintaan, maka elastisitas harga permintaan tidak dapat dihitung dalam penelitian ini. Hanya harga bawang putih, cabai merah, dan cabai rawit yang mempunyai hubungan cukup kuat dengan permintaan bawang merah, dilihat dari nilai korelasi antara permintaan bawang merah dan seluruh faktor yang memberi pengaruh.

Adapun penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini, dimana penggunaan variabel pada penelitian ini adalah hanya harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan. Penggunaan data pada penelitian ini adalah data sekunder dan primer.

3. Arifah *dkk* (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah Di Kota Medan. Tujuan penelitian ini untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan bawang merah di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda. Hasil temuan menampilkan variabel yang berpengaruh pada permintaan bawang merah di Kota Medan yaitu permintaan daerah tersebut adalah harga bawang merah, pendapatan dan jumlah anggota keluarga.

Adapun penelitian tersebut menggunakan metode penelitian yang demikian, sementara penelitian ini metode penelitiannya menggunakan *incidental sampling*.

### **Kerangka Pemikiran**

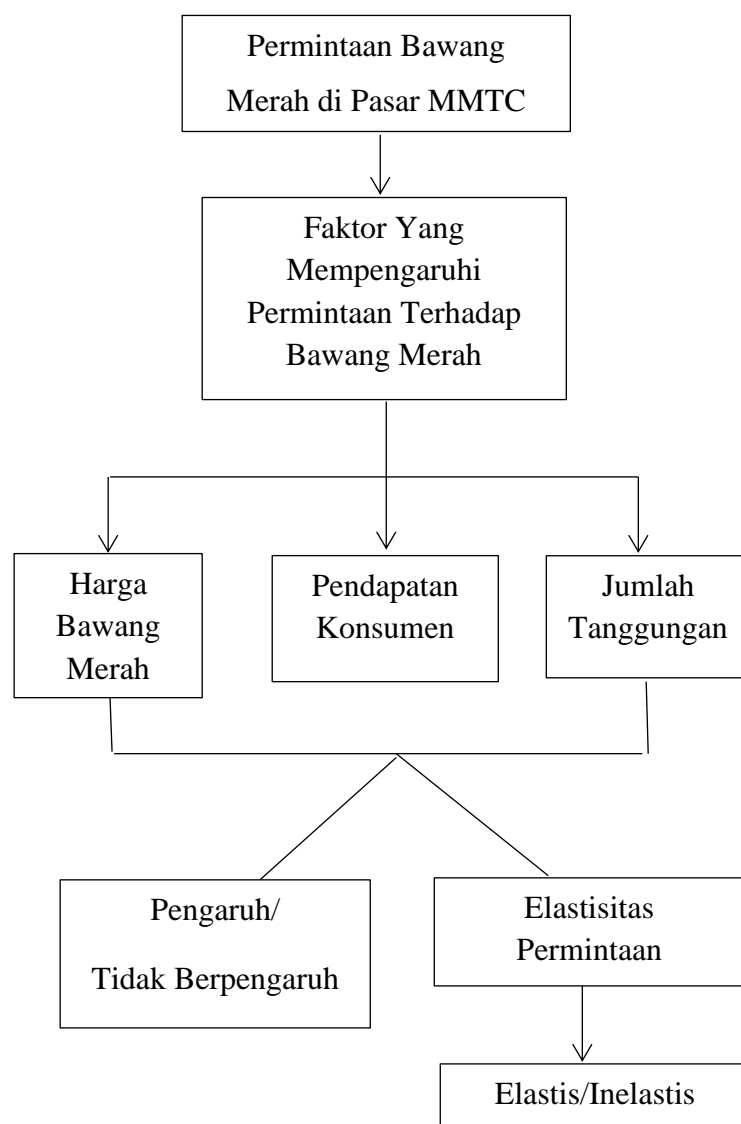
Bawang merah memiliki beberapa varietas yang banyak dibudidayakan. Dimana terdapat varietas Bima Brebes, varietas Medan, varietas Kling dan varietas Maja Cipanas. Sementara untuk bawang merah lokal yang sampai saat ini masih banyak diusahakan yaitu Kuning, Kuning Gombong, dan Sumenep. Dari jenis-jenis bawang merah yang ada, setiap konsumen akan membeli jenis bawang merah yang berbeda-beda sesuai kebutuhan dan keinginannya.

Oleh karena itu, konsumen memiliki pendapatnya sendiri dalam keputusannya membeli suatu barang atau produk baik ditinjau dari berbagai faktor

yang berpengaruh pada konsumen, yakni: harga barang, pendapatan, serta jumlah tanggungan.

Harga bawang merah yang tidak jarang berfluktuasi, maka penting untuk diketahui apakah harga barang tersebut layak atau tidak untuk diubah. Oleh karenanya diperlukan evaluasi melalui elastisitas permintaan.

Dari pemaparan diatas, maka gambaran untuk skema rangkaian pemikiran dapat di simpulkan sebagai berikut :



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan Gambar :

—————> : Menyatakan Hubungan

### **Hipotesis Penelitian**

Dari identifikasi permasalahan dan landasan teori pada penelitian ini, oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan, yaitu :

1. Adanya pengaruh signifikan berbagai faktor jumlah permintaan konsumen membeli bawang merah : harga bawang merah, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif, dimana yang artinya menjelaskan, mengamati, dan menguraikan suatu hal yang dipahami sesuai kenyataan, dan menyimpulkan kejadian yang mampu diteliti dengan memanfaatkan berbagai angka.

Adapun penggunaan metode penelitian dalam penelitian ini adalah teknik survei, dimana teknik ini merupakan riset yang dilaksanakan terhadap populasi skala kecil dan juga besar, serta data yang dipahami yaitu data sampel yang ditetapkan melalui populasi itu sendiri. Jadi dapat ditemukan beberapa fenomena relative, pendistribusian, korelasi antara hubungan sosiologis dan juga psikis kemudian mengambil data dengan memanfaatkan angket atau kuesioner dan wawancara yang diperoleh dari sampel yang telah ditemukan (Hafidz *dkk*, 2021).

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Metode penentuan lokasi penelitian diterapkan dengan metode *purposive* yaitu dimana tempat penelitiannya dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Daerah yang dijadikan lokasi pada penelitian ini yaitu Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan. Lokasi yang ditentukan ini lokasi yang sudah dipertimbangkan sebelumnya karena pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre (MMTC) ini merupakan pasar tradisional yang menjadi salah satu pasar pusat di antara pasar lainnya.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli bawang merah di pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota

Medan. Untuk metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling* yaitu konsumen yang sedang melakukan pembelian bawang merah (Maidiana, 2021) berjumlah 100 sampel yang dijadikan responden penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Untuk teknik mengumpulkan datanya sendiri yakni melalui data sekunder dan primer. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui hasil tanya jawab langsung dengan konsumen yang berada di pasar raya MMTC. Adapun data sekunder yang diterapkan pada penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui studi pustaka kelembagaan dan yang berhubungan antara lain: Badan Pusat Statistik, buku, jurnal, dan lainnya.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yakni pengujian asumsi klasik dan regresi berganda yang memanfaatkan program SPSS. Adapun model persamaan dari metode ini yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Yaitu dimana :

Y = Konsumsi Bawang Merah (kg/bln)

$\alpha$  = Koefisien Intersep

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Harga Bawang Merah (Rp/kg)

X<sub>2</sub> = Pendapatan Konsumen (Rp/bln)

X<sub>3</sub> = Jumlah Tanggungan (Jiwa)

e = Error

### **Uji Asumsi Klasik**

Tujuan dari pengujian ini yaitu guna memberi kejelasan persamaan regresi linier yang diperoleh mempunyai keakuratan pada perhitungan yang tidak konstan.

#### 1. Uji Normalitas

Yaitu pengujian yang diterapkan dan bertujuan dalam melakukan penilaian penyebaran data terhadap suatu data ataupun variabel dan distribusi dengan normal maupun tidak.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan dalam melakukan uji apakah pada model sebuah regresi adanya hubungan antar variabel bebas. Hubungan kuat dari variabel bebas pada persamaan regresi menjadi tanda adanya indikasi multikolinearitas. Model regresi dinyatakan bebas atas multikolinearitas yakni jika taraf Tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ .

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam mencari terjadi atau tidak adanya hasil uji ini maka diterapkan pengujian glejser. Jika sign.  $0,05$ , maka tidak adanya indikasi heteroskedastisitas. Model yang baik yaitu model yang tidak adanya heteroskedastisitas (Sukma *dkk*, 2019).

### **Uji Hipotesis**

#### **Koefisien Determinasi**

Uji ( $R^2$ ) berguna dalam melakukan pengukuran besaran kapasitas model menjelaskan jenis variabel independen. Apabila nilainya kecil artinya kapasitas berbagai variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen memiliki batasan dan begitupun sebaliknya.

### **Pengujian secara simultan**

Uji F (simultan) diterapkan dalam mengevaluasi pengaruh semua variabel dependen. Standar nilai hipotesa terhadap pengujian F yaitu :

- a.  $H_0$  diperoleh jika:  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  terhadap nilai signifikansi 5%
- b.  $H_1$  diperoleh jika:  $F_{hitung} > F_{tabel}$  terhadap nilai signifikansi 5%.

### **Pengujian Secara Parsial**

Uji ini berguna dalam menampilkan jarak dampak satu variabel penjelas dengan individu untuk menjelaskan jenis variabel dependen. Standar penilaian hipotesis pada uji t yaitu :

- a.  $H_0$  terhadap:  $t_{hitung} < t_{tabel}$  terhadap nilai signifikansi 5%
- b.  $H_1$  terhadap:  $t_{hitung} > t_{tabel}$  terhadap nilai signifikansi 5% (Siregar *dkk*, 2019).

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Dalam mencegah adanya kekeliruan dan kesalahan dalam mengartikan, oleh karena itu dijelaskan definisi dan batasan operasional, diantaranya yaitu :

1. Definisi
  - a. Permintaan bawang merah yaitu komoditas yang diminta pada periode tertentu.
  - b. Pasar tradisional yaitu pengelolaan pasar yang dibangun oleh pemerintahan atau pihak swasta yang mana bentuk pasarnya strategis dan berbentuk los, kios, stan toko dan lain-lain, disinilah tempat penjual dan pembeli bertemu dan dapat menghasilkan proses transaksi menawar.
  - c. Harga adalah total uang yang ditetapkan oleh penjual sebagai bentuk bayaran akan suatu produk atau layanan jasa dengan tujuan

mendapatkan keuntungan, dimana nantinya yang akan membayar ialah konsumen.

- d. Pendapatan adalah penerimaan uang oleh orang, atau kelompok berbentuk upah, gaji, tunjangan, bonus dan lainnya.
- e. Jumlah tanggungan yaitu banyaknya anggota keluarga yang ditanggung ataupun yang ada di dalam rumah keluarga tersebut, banyaknya anggota keluarga dihitung dengan menggunakan satuan orang.

## 2. Batasan Operasional

- a. Penelitian dilaksanakan di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan
- b. Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang berbelanja bawang merah di pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre kota Medan
- c. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2023
- d. Penelitian yang dilakukan adalah mengkaji permintaan konsumen terhadap bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan Luas Daerah**

Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre ini didirikan pada tanggal 7 oktober 2016 di bawah pengelolaan PT. Deli Metropolitan dan diresmikan pada tanggal 15 oktober 2017. Pasar ini terletak tepat di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, sementara untuk luasnya sendiri yaitu sebesar 7 hektar.

### **Daerah Lokasi Penelitian**

Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre adalah pasar tradisional tempat bertemu secara langsung antara penjual dengan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli dan umumnya terjadi proses tawar menawar harga hingga nilai yang disepakati kedua pihak. Adapun metode pembayaran di pasar ini dilakukan secara *cash*. Bangunan yang terdapat di pasar ini berupa kios-kios dan grosir yang dibuka oleh penjual hingga pengelola pasar. Pasar MMTC ini pasar yang terkenal dengan pasar grosir yang harganya lebih miring dibanding dengan pasar lainnya. Tidak hanya itu pasar ini banyak menyediakan segala kebutuhan sehari-hari mulai dari sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, telur, minyak goreng, gula, hingga pakaian, dan lain sebagainya. Kawasan pasar ini terletak di komplek Medan Metropolitan Trade Centre Dusun VII Jalan Williem Iskandar.

Agar terlaksananya proses kerjasama demi mencapai tujuan bersama yang baik pasar ini memiliki individu dengan masing-masing kedudukan yang sudah ditetapkan. Dimana pasar ini dipimpin oleh seorang kepala pasar dibantu oleh staf dan beberapa petugas seperti koordinator pedagang, koordinator kebersihan, dan koordinator keamanan.

a. Potensi Pasar

Untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar dapat dilihat dari tabel berikut.

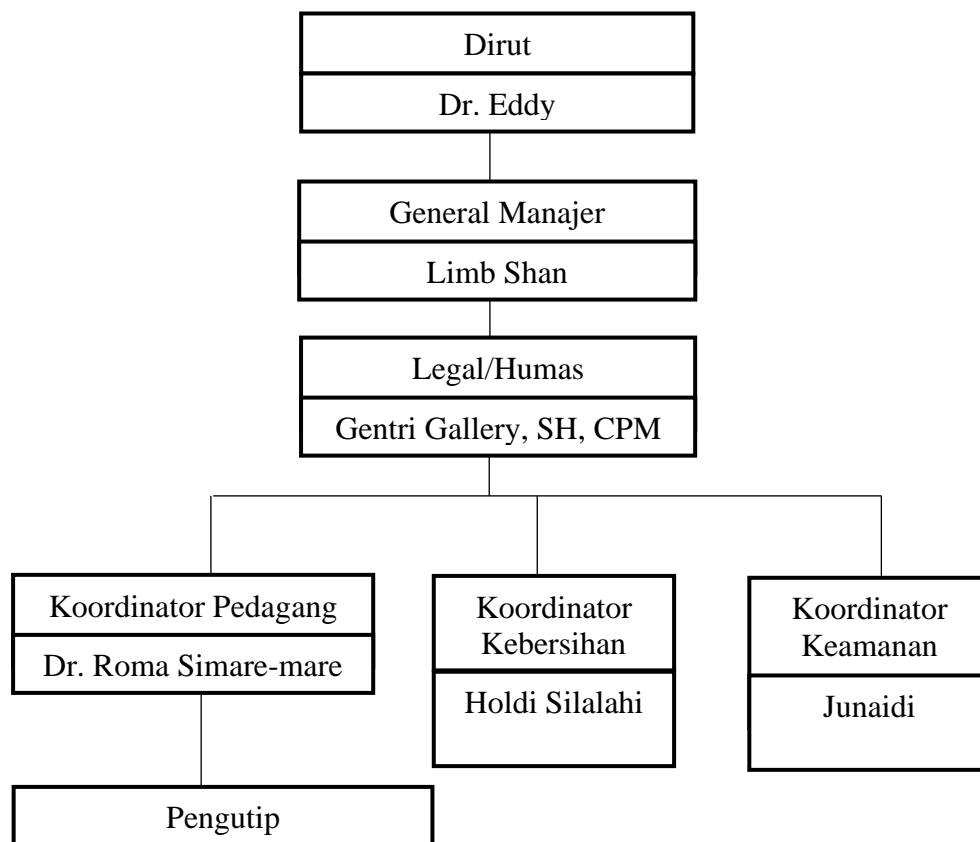
Tabel 3. Daftar Potensi Pasar Raya MMTC

No.	Jenis Bangunan	Bangunan Aktif	Bangunan Tidak Aktif	Jumlah Bangunan (Unit)
1	Kios sayur	750	290	1040 unit
2	Kios buah	90	-	90 unit
3	Kios ikan	90	-	90 unit
4	Sembako	30	10	40 unit
5	Mesjid	1	-	1 unit
6	Kamar Mandi/WC	30	-	30 unit
Jumlah	-	991	300	1.291 unit

Sumber : Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.



Gambar 3. Struktur Organisasi Pasar Raya MMTC



## **Sarana dan Prasarana Umum**

Perkembangan dan kemajuan masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor sarana dan prasarana menjadi faktor yang tidak dapat dihindari. Karena semakin baik sarana dan prasarana yang akan semakin baik pula perkembangan pembangunan. Adapun sarana dan prasarana yang disediakan di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre ini sangat baik dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti keamanan, parkir, kenyamanan, kebersihan hingga tempat ibadah. Hal ini juga menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk mampir dan berbelanja di pasar ini.

### **a. Keamanan**

Anggota keamanan yang ada di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre ini yaitu sebanyak 20 orang dengan pembagian 2 waktu kerja. Pos keamanan terletak dibagian depan pintu masuk maupun dalam pasar, setiap petugas berkeliling di semua tempat tanpa terkecuali untuk memantau keadaan di pasar, lokasi parkir, mushola dan kantor saat konsumen berbelanja.

### **b. Parkir**

Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre ini memfasilitasi jasa parkir untuk semua kendaraan (roda dua, roda tiga, dan roda empat) yang setiap jenis kendaraan memiliki tarif yang berbeda-beda. Adapun tarif yang harus dibayar kendaraan roda dua sebesar Rp. 2.000, tarif untuk roda tiga sebesar Rp. 3.000, dan tarif untuk roda empat sebesar Rp. 4.000.

### **c. Masjid**

Selain keamanan dan parkir, Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre juga menyediakan tempat ibadah berupa masjid yang letaknya di tengah pasar.

Dengan demikian, para pedagang ataupun konsumen dapat dengan mudah untuk beribadah karena aksesnya yang dekat.

### **Karakteristik Responden**

Dalam penelitian Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*) di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade centre Kota Medan ini yang dipilih menjadi responden atau sampel yaitu konsumen-konsumen bawang merah yang berbelanja bawang merah di pasar raya MMTC Medan. Total responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Informasi yang diberikan oleh setiap responden penting dalam penelitian ini karena dibutuhkan untuk dapat mencapai tujuan penelitian.

Adapun faktor-faktor karakteristik responden yang di analisa meliputi : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan, dan jumlah tanggungan.

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	17	17%
2	Perempuan	83	83%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Karakteristik jenis kelamin, pembeli bawang merah rata-rata berjenis kelamin perempuan. Rataan jenis kelamin tersebut diperoleh dari masing masing jenis kelamin yang memiliki jumlah responden yang berbeda. Dimana jenis kelamin laki-laki yang berbelanja bawang merah sebanyak 17 orang (jiwa) dengan jumlah persentase 17%, sementara untuk jenis kelamin perempuan yang berbelanja bawang merah sebanyak 83 orang (jiwa) dengan jumlah persentase 83%. Berarti pembeli yang berbelanja bawang merah di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre dominan berjenis kelamin perempuan. Karena seperti yang sudah banyak diketahui bahwa bawang merah merupakan bumbu dapur yang tidak pernah dilewatkan

dalam urusan memasak. Sementara untuk urusan dapur biasanya diambil alih oleh seorang perempuan, itu sebabnya dalam hal ini lebih condong berjenis kelamin perempuan.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1	≤ 24	13	13%
2	25-31	14	14%
3	32-38	20	20%
4	39-45	19	19%
5	46-52	16	16%
6	53-59	12	12%
7	60-66	3	3%
8	67-73	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Usia atau biasa juga dikenal dengan umur adalah waktu seberapa lama seseorang tersebut hidup dari sejak dilahirkan. Satuan untuk umur yakni tahun. Pembeli bawang merah di pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre memiliki usia yang berbeda-beda. Dimana seperti yang sudah tertera pada tabel 5, diketahui usia yang paling banyak membeli bawang merah adalah usia 32-38 tahun dengan jumlah jiwa sebanyak 20 orang (jiwa) dengan jumlah persentase 20%. Kriteria ini cukup penting diketahui karena dari segi usia akan tampak bagaimana seseorang tersebut berpikir, sehingga dari hal tersebut juga dapat mempengaruhi responden itu sendiri dalam memilih berbelanja bawang merah di Pasar Raya MMTC kota Medan.

Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	32	32%
2	PNS	6	6%
3	Pegawai Swasta	8	8%
4	Pelajar/Mahasiswa	9	9%
5	Wirausaha	31	31%
6	Wiraswasta	11	11%
7	TNI/POLRI	1	1%
8	Pensiunan	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pekerjaan adalah profesi yang sedang digeluti suatu individu dan dari kegiatannya tersebut mempunyai tujuan tertentu. Jumlah responden tertinggi dimiliki oleh Ibu Rumah Tangga dengan banyak responden sebesar 32 orang (jiwa) dan dengan persentase 32%. Sementara jumlah responden terendah dimiliki oleh TNI/Polri dengan angka responden 1 dan dengan persentase 1%. Artinya, rata-rata pekerjaan responden ini yaitu ibu rumah tangga, karena bawang merah merupakan salah satu bumbu dapur yang paling sering digunakan untuk menambah kelezatan masakan. Informasi yang diberikan oleh ibu rumah tangga ini penting untuk diketahui juga lantaran ibu rumah tangga sering membeli dan berbelanja bawang merah, oleh karenanya tentu mereka mengetahui perubahan-perubahan harga yang terjadi.

Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	4	4%
2	SMP	17	17%
3	SMA	52	52%
5	D3	4	4%
6	S1	22	22%
7	S2	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pendidikan terakhir adalah pendidikan yang telah dijalani hingga selesai dan seseorang tersebut telah memperoleh bukti kelulusannya. Adapun tingkat

pendidikan yang memiliki jumlah responden paling banyak adalah tingkat SMA dengan jumlah responden 52 dan dengan persentase 52%, sementara tingkat pendidikan yang memiliki jumlah responden paling sedikit adalah tingkat S2 dengan jumlah responden 1 dan dengan persentase 1%. Artinya, dimana rata-rata pembeli bawang merah tersebut tingkat pendidikannya adalah SMA. Pendidikan terakhir juga merupakan suatu sesuatu yang penting dalam hal ini. Dimana melalui tingkat pendidikan yang berbeda beda tersebut tentu memiliki cara pandang dan tindakan yang berbeda dalam memutuskan mengkonsumsi bawang merah, banyaknya mengkonsumsi bawang merah, atau bahkan menghadapi naik turunnya harga komoditi tersebut.

Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan Konsumen (Rp)	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1	≤ Rp. 1.000.000	18	18%
2	> Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	32	32%
3	> Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	24	24%
4	> Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	11	11%
5	> Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pendapatan adalah suatu perolehan berupa uang yang diterima suatu individu atau organisasi setelah melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan di suatu perusahaan dalam periode tertentu. Untuk tingkat pendapatan responden sendiri yang paling tinggi yaitu pada pendapatan konsumen sebesar > Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 32 orang (jiwa) dan dengan persentase terbanyak sebesar 32%, dimana pendapatan ini sangat tinggi jumlah individunya dibanding dengan tingkat pendapatan yang lainnya. Pendapatan responden perlu diketahui, dimana tingkat suatu pendapatan dapat mempengaruhi

tingkat pembelian komoditi bawang merah. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka umumnya diikuti dengan pengeluaran yang juga semakin besar.

**Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

No	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 - 3	86	86%
2	4 - 5	10	10%
3	6 - 7	4	4%
Jumlah		100	100%

*Sumber : Data Primer Diolah, 2023*

Jumlah tanggungan adalah total semua anggota keluarga yang tinggal satu rumah dan biaya hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Jumlah responden yang memegang jumlah tanggungan terbanyak yaitu jumlah tanggungan yang banyaknya 1-3 jiwa dengan jumlah individu yang memiliki jumlah tanggungan demikian adalah 86 orang (jiwa) dan dengan jumlah persentase 86%. Banyaknya jumlah anggota keluarga perlu untuk diketahui informasinya guna untuk mengetahui seberapa besar tingkat pembelian konsumen karena pada umumnya semakin tinggi jumlah tanggungan maka akan semakin konsumtif pula pada suatu barang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan ini yang akan ditelaah secara rinci yaitu bagaimana tingkat permintaan konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhinya, yakni harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah**

Permintaan yaitu beberapa jasa dan barang yang diharapkan dan dibutuhkan sesuai kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian jasa dan barang tersebut di tingkatan dan waktu tertentu. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan permintaan suatu barang atau jasa, diantaranya:

1. Harga barang merupakan faktor yang utama yang dimana ketika terjadi kenaikan harga barang akan menghasilkan semakin banyak permintaan barang yang juga menurun dan begitupun kebalikannya.
2. Pendapatan konsumen merupakan upah yang diperoleh setiap individu dalam bentuk uang. Pendapatan ini akan menentukan kemampuan membeli seseorang. Apabila kemampuan membeli naik akan menghasilkan permintaan pada barang yang juga dapat naik, serta kebalikannya.
3. Jumlah tanggungan merupakan banyak anggota keluarga yang ditanggung.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Hasil uji asumsi normalitas residual model tingkat permintaan konsumen terhadap bawang merah dilakukan dengan menerapkan analisa Kolmogorov-smirnov, dilakukan dengan metode yang demikian karena jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak  $> 50$  sampel. Berikut terdapat pada tabel 10.

Tabel 10. Uji Normalitas

No	Variabel	Unstandardized Residual
1	N	100
2	Normal Parameters	0.365
3	Most Extreme Differences	0.078
4	Test Statistic	0.078
5	Asymp. Sig.	0.141

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 10 diatas, tampilan hasil uji normalitas menyatakan model asumsi bernilai asymp. Sig = 0.141. Sementara dalam uji normalitas jika nilai Signifikan  $> 0.05$  maka data tersebut dinyatakan normal. Dimana nilai  $0.141 > 0.05$ , sehingga diartikan bahwa model regresi linear permintaan bawang merah asumsi normal dan data tersebut layak untuk digunakan.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas adalah menguji setiap variabel apakah di antara setiap variabel tersebut memiliki korelasi/hubungan atau tidak. Untuk dapat mengetahui masing-masing variabel tersebut berhubungan atau tidak yaitu dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Berikut terdapat pada tabel 11 :

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF
1	Harga Bawang Merah	0.931	1.074
2	Pendapatan Konsumen	0.721	1.387
3	Jumlah Tanggungan	0.697	1.434

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 11 diatas, tampilan hasil uji multikolinearitas menyatakan model asumsi bernilai Tolerance variabel harga bawang =  $0.931 > 0.100$ , nilai Tolerance variabel pendapatan konsumen =  $0.721 > 0.100$ , dan nilai Tolerance variabel jumlah tanggungan =  $0.697 > 0.100$ . Dimana nilai-nilai tersebut sudah memenuhi ketentuan nilai Tolerance yang ada ( $> 0.100$ ). Sedangkan nilai VIF variabel harga bawang merah =  $1.074 < 10$ , nilai VIF variabel pendapatan konsumen =  $1.387 < 10$ , dan nilai VIF variabel jumlah tanggungan =  $1.434 <$



10. Dimana nilai-nilai tersebut sudah memenuhi ketentuan nilai VIF yang ada ( $<10$ ). Sehingga diartikan bahwa model regresi linear dari setiap variabel dapat dikatakan tidak adanya indikasi multikolinearitas baik dilihat ditinjau berdasarkan nilai tolerance dan juga nilai VIF. Karena model asumsi yang baik yaitu terbebas dari gejala multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan dengan menerapkan pengujian glejser. Uji ini diyakini menampilkan hasil yang lebih akurat dengan sajian dalam bentuk bilangan matematis dan bukan gambar grafis. Berikut terdapat pada tabel 12 :

Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel Bebas	Sig
1	Harga Bawang Merah	0.634
2	Pendapatan Konsumen	0.769
3	Jumlah Tanggungan	0.934

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 12 diatas, tampilan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis glejser menyatakan model asumsi bernilai Signifikan variabel harga bawang merah =  $0.634 > 0.05$ , nilai sign. variabel pendapatan konsumen =  $0.769 > 0.05$ , dan nilai sign. variabel jumlah tanggungan =  $0.934 > 0.05$ . Dimana nilai-nilai tersebut sudah memenuhi ketentuan nilai signifikan pada uji heteroskedastisitas yang ada ( $> 0.05$ ). maka dimaknai model regresi linear dari setiap variabel dapat dikatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Karena model asumsi yang baik yaitu terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### 1. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ), berikut adalah nilai yang diperoleh terdapat pada tabel 13 :

Tabel 13. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 <sup>a</sup>	.869	.865	.19265

Sumber : Data Primer Diperoleh, 2023

Dari tabel 13 diatas, tampilan hasil koefisien determinasi didapatkan angka  $R^2$  (R Square) dengan nilai 0.869 atau (86.9%). Hal ini menyatakan persentase angka yang tinggi dimana pengaruh variabel independen harga bawang merah ( $X_1$ ), pendapatan konsumen ( $X_2$ ), jumlah tanggungan ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen Y (permintaan konsumen bawang merah) senilai 86.9%. Sedangkan sisanya yakni senilai 13.1%, sehingga sisa nilai tersebut adalah nilai yang dipengaruhi oleh variabel lain.

### 2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Hasil pengujian simultan (uji F) dengan dibantu program komputer (SPSS) dapat dilihat pada tabel 14 berikut ini :

Tabel 14. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.665	3	7.888	212.544	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.563	96	.037		
Total		27.228	99			

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari uji simultan pada tabel anova di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai  $F_{hitung}$  yaitu sebesar 212.544 dengan jumlah variabel sebanyak 4 dan dengan tingkat signifikansi 5%, sementara nilai hasil uji F yaitu  $F_{tabel}$  yang

diperoleh sebesar 2.70. Sehingga  $F_{hitung} 212.544 > F_{tabel} 2.70$ , artinya  $H_1$  diterima. Dimana perbandingan tersebut sesuai dengan nilai Sig pada uji F yang bernilai 0.000, sementara nilai signifikansi  $< 0.05$ . Sehingga, perolehan nilai  $0.000 < 0.05$  maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Oleh karenanya, pada uji ini disimpulkan bahwa variabel Harga Bawang Merah ( $X_1$ ), Pendapatan Konsumen ( $X_2$ ), dan Jumlah Tanggungan ( $X_3$ ) berpengaruh secara bersama-sama/berpengaruh nyata dan signifikan terhadap variabel terikat Permintaan Konsumen ( $Y$ ).

Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.519	1.614		-4.657	.000
	Harga Bawang Merah	-.114	.157	-.027	-.724	.471
	Pendapatan Konsumen	.633	.041	.713	15.603	.000
	Jumlah Tanggungan	.275	.040	.315	6.806	.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari nilai-nilai koefisien di atas, bias tersusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\text{Ln}Y = -7.519 - 0.114\text{Ln}X_1 + 0.633\text{Ln}X_2 + 0.275\text{Ln}X_3 + e$$

Interpretasi

- Nilai (*Constant*) = -7.519 artinya jika Harga Bawang Merah, Pendapatan, Jumlah Tanggungan bernilai 0 maka jumlah permintaan konsumen 7.519.
- $b_1$  merupakan koefisien regresi harga bawang merah ( $X_1$ ) besarnya nilai koefisien regresi bawang merah yaitu sebesar -0.114, artinya bahwa jika harga bawang merah naik 1 satuan maka permintaan bawang merah akan turun sebesar 0.114.

- c.  $b_2$  merupakan koefisien regresi pendapatan konsumen ( $X_2$ ) besarnya nilai koefisien regresi pendapatan konsumen yaitu sebesar 0.633, artinya bahwa jika pendapatan konsumen naik 1 satuan maka permintaan bawang merah naik sebesar 0.633.
- d.  $b_3$  merupakan koefisien regresi jumlah tanggungan ( $X_3$ ) besarnya nilai koefisien regresi jumlah tanggungan yaitu sebesar 0.275, artinya bahwa jika jumlah tanggungan naik 1 satuan maka permintaan bawang merah akan meningkat sebesar 0.275 kg.

### 3. Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial diuji dengan alat uji SPSS 26.0, dimana hasil uji dapat dilihat pada tabel 15. Berikut interpretasinya:

#### 1. Pengaruh Harga Bawang Merah ( $X_1$ ) Terhadap Permintaan Konsumen Bawang Merah (Y)

Dari hasil uji parsial (uji T), diketahui pada variabel harga bawang merah ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $T_{hitung} -0.724 < T_{tabel} 1.98498$ , maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_1$ . Sementara nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0.471 > 0.05$ , maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga bawang merah ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel permintaan konsumen bawang merah (Y). Dengan kata lain harga bawang merah tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap bawang merah. Berdasarkan penelitian, meskipun harga bawang merah naik akan tetapi permintaan bawang merah tidak turun. Hal ini dikarenakan menurut masyarakat bawang merah merupakan bumbu dapur yang wajib dimiliki setiap rumah tangga sebagai bumbu utama masakan. Selain itu, bawang merah juga mengandung cukup banyak manfaat

bagi kesehatan. Sehingga, bawang merah ini bukan hanya sekedar menarik selera seseorang untuk makan, namun juga dapat dikonsumsi untuk tujuan kesehatan tubuh. Oleh karenanya, saat harga naiknya, masyarakat tidak mengurangi konsumsi bawang merah. Sebagaimana penelitian (Tanaem & Ernah, 2021) terhadap intensitas pembelian minyak sawit pada masa pandemi tidak mengalami perubahan pada saat harga minyak sawit tinggi atau pada saat daya beli konsumen turun.

Hasil penelitian menunjukkan pada saat harga bawang merah turun konsumen tidak menambah jumlah permintaan terhadap bawang merah. Karena penggunaan bawang merah tidak mempengaruhi jumlah ataupun jenis masakan yang akan di masak. Selain itu penurunan harga bawang merah terjadi juga tidak untuk jangka waktu yang lama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mariyah et al., 2023) yang menyatakan bahwa harga bawang merah tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan bawang merah. Tetapi penelitian ini berbeda dengan penelitian (Arafah et al., 2019) yang menyatakan bahwa harga bawang merah mempengaruhi jumlah permintaan bawang merah.

## 2. Pengaruh Pendapatan Konsumen ( $X_2$ ) Terhadap Permintaan Konsumen Bawang Merah (Y)

Dari hasil uji parsial (T) diatas yang dibantu dengan pengolahan SPSS, yaitu dimana pada variabel pendapatan konsumen ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $15.603 > T_{tabel} 1.98498$ , maka terima  $H_1$  dan tolak  $H_0$ . Sementara nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel permintaan konsumen bawang merah

(Y). Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa pendapatan setiap konsumen berbeda-beda. Pendapatan konsumen pasar Raya MMTC mempengaruhi jumlah permintaan bawang merah di pasar tersebut. Bila terjadi perubahan pada pendapatan konsumen maka akan ada perubahan dalam mengkonsumsi bawang merah. Jika pendapatan naik, konsumen akan menambah jumlah dan jenis makanan yang disajikan di rumah akan meningkat sehingga penggunaan bumbu masakan untuk bawang merah juga akan meningkat. Sebaliknya pendapatan yang rendah juga akan mempengaruhi jenis dan jumlah makanan yang disajikan di rumah akan tidak bervariasi sehingga penggunaan bawang merah sebagai bumbu masakan juga akan rendah dan pada akhirnya permintaan terhadap bawang merah juga akan rendah. Oleh karena itu, jumlah beli konsumen bawang merah akan berubah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mariyah et al., 2023) dan penelitian (Arafah et al., 2019) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan bawang merah.

### 3. Pengaruh Jumlah Tanggungan ( $X_3$ ) Terhadap Permintaan Konsumen Bawang Merah (Y)

Dari hasil uji parsial (T) pada variabel jumlah anggota keluarga ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $6.806 > T_{tabel}$  1.98498, maka terima  $H_1$  dan tolak  $H_0$ . Sementara nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah tanggungan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel permintaan konsumen bawang merah (Y). Apabila jumlah tanggungan keluarga meningkat, maka jumlah masakan yang disajikan juga akan meningkat sehingga penggunaan bawang merah sebagai bumbu masakan juga akan meningkat. Sebaliknya apabila

jumlah anggota keluarga sedikit maka masakan yang disajikan di keluarga juga akan berkurang sehingga penggunaan bawang merah sebagai bumbu masakan juga akan berkurang. Dengan jumlah anggota keluarga yang sedikit akan menyebabkan jumlah permintaan bawang merah juga akan rendah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mariyah et al., 2023) dan (Arafah et al., 2019) yang menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan bawang merah.

### **Elastisitas Permintaan Konsumen Bawang Merah**

Elastisitas permintaan merupakan suatu skala besaran tingkat permintaan pada harga yang berubah atau sebagai perbandingan dari persentase permintaan total barang yang berubah pada persentase faktor lainnya yang berubah memberi pengaruh permintaannya.

Tabel 16. Nilai Elastisitas Permintaan Bawang Merah

No	Variabel	Nilai Elastisitas
1	Harga Bawang Merah	-1.140
2	Pendapatan Konsumen	675.200
3	Jumlah Tanggungan	0.260

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari analisa diperoleh besaran elastisitas pada variabel harga bawang merah yaitu sebesar -1.140. Nilai elastisitas dengan nilai negatif berarti adanya korelasi negatif dari harga dengan jumlah permintaan. Tanda negatif sifatnya diabaikan. Dengan demikian jika taraf bawang merah meningkat 1% sehingga permintaan komoditas tersebut dapat turun sebanyak 1.140%. Dan jika harga bawang merah meningkat, menghasilkan konsumen tidak akan mengurangi jumlah pembelian bawang merah. Karena, konsumen merasa menginginkan bawang merah untuk dapat memenuhi kebutuhan bumbu dapur sehingga masakan dirumah dapat jauh lebih lezat di banding dengan tidak menggunakan bawang merah. Oleh karena

itulah dikatakan korelasinya negatif. Nilai elastisitas harga bawang merah dengan sifatnya yang inelastis, karena nilai koefisien elastisitasnya  $< 1$ , maksudnya perubahan harga bawang merah akan memberikan respon yang lebih kecil terhadap perubahan jumlah permintaan konsumen bawang merah. Hasil temuan yang didapatkan sesuai dengan hasil riset dari Safira Aini (2022) tentang “Analisis Permintaan Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Pada Tingkat Konsumen Rumah Tangga Di Kota Tarakan”, dimana elastisitas permintaan terhadap bawang merah bersifat inelastis dengan besaran nilai elastisitas yang diperoleh 0.786.

Berdasarkan analisis diketahui besaran elastisitas pada variabel pendapatan konsumen yaitu sebesar 675.200. Nilai elastisitas dengan nilai positif yang artinya bila pendapatan konsumen naik 1% sehingga permintaan bawang merah dapat naik senilai 675.200%. Angka tersebut menunjukkan variabel pendapatan konsumen bersifat elastis karena dikarenakan taraf koefisien elastisitas lebih dari 1, maksudnya perubahan pendapatan konsumen yang meningkat dapat memberi reaksi yang sangat besar pada perubahan jumlah permintaan konsumen bawang merah.

Dari analisa diperoleh besaran elastisitas pada variabel jumlah tanggungan yaitu 0.260. nilai elastisitas yaitu positif artinya bila peningkatan jumlah tanggungan 1% menghasilkan permintaan bawang merah akan naik sebesar 0.260 persen. Angka tersebut menunjukkan variabel jumlah tanggungan dengan sifat inelastis dikarenakan taraf koefisien elastisitas yang kurang dari 1. Maksudnya jumlah tanggungan yang berubah dapat memberi reaksi kecil pada perubahan total permintaan konsumen bawang merah.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil temuan dan pengujian yang sudah dilaksanakan, maka diambil kesimpulan dengan berikut :

1. Dari ketiga variabel pada penelitian ini ada dua variabel yang memberi pengaruh permintaan konsumen bawang merah. Adapun berdasarkan uji parsial (T) menampilkan variabel harga bawang merah ( $X_1$ ) tidak memberi pengaruh sebesar  $T_{hitung} -1.445 < T_{tabel} 1.98498$  dan nilai sig 0.152. Sementara adanya pengaruh pendapatan konsumen ( $X_2$ ) terhadap permintaan konsumen dimana  $T_{hitung}$  sebesar  $19.003 > T_{tabel} 1.98498$  dan nilai sig  $0.000 < 0.05$ . Dan secara bersama variabel jumlah tanggungan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap permintaan konsumen dimana  $T_{hitung}$  senilai  $7.330 > T_{tabel} 1.98498$  dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ . Di samping itu, sisanya sebesar 11% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Elastisitas permintaan bawang merah pada variabel harga menunjukkan adanya korelasi negatif dimana jika tarif bawang merah meningkat, sehingga konsumen tidak dapat mengurangi jumlah pembelian bawang merah. Sementara variabel pendapatan konsumen sebesar  $675.200 > 1$  artinya elastis, dan variabel jumlah tanggungan sebesar  $0.260 < 1$  artinya inelastis.

### Saran

Bagi konsumen diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dalam memperhitungkan jumlah konsumsi bawang merah yang lebih tepat sehingga dapat sedikit mendukung kestabilan harga dan juga ketersediaan bawang merah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. (2022). Analisis Permintaan Bawang Merah (*Allium ascalonicum* l.) Pada Tingkat Konsumen Rumah Tangga Di Kota Tarakan.
- Arafah, S. N., Lubis, Y., & Saragih, F. H. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*, 6(2), 124-132.
- Astuti, F. S., Wanto, H. S., & Koesriwulandari, K. (2021). ELASTISITAS PERMINTAAN CABAI MERAH (*Capsicum annum* L.) DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 21(1).
- Badan Pusat Statistik. 2023. Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwIzE%3D/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2023.html> . Diakses pada tanggal 1 Februari 2024
- Cahyaningrum, O. (2018). Analisis Permintaan Bawang Merah di Kota Surakarta.
- Chan, S. R. O. S. (2021). INDUSTRI PERBENIHAN DAN PEMBIBITAN TANAMAN HORTIKULTURA DI INDONESIA: KONDISITERKINI DAN PELUANG BISNIS. *Jurnal Hortuscoler*, 2(1), 26-31.
- Damanik, D., Nainggolan, L. E., Ginting, A. M., Purba, E., Sudarso, A., Simarmata, H. M. P., ... & Yuniningsih, Y. (2021). *Ekonomi Manajerial*. Yayasan Kita Menulis.
- Fahmi, S., & APRIALDI, D. (2021). MODEL PENGATURAN YANG EFEKTIF TERKAIT PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 16(2), 282-292.
- Fithoni, A., & Fadillah, N. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Keramat Tinggi Muara Bulian). *Citra Ekonomi*, 1(2), 39-55.
- Fitri, N., Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(3), 151-162.
- Fitriyani, R. Y., Kustiawati, D., Fanhati, I. A., Ramadhan, Y. A., & Chanifah, L. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Elastisitas Permintaan Jasa Ojek Online DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 6254-6261.
- Hafidz, I. A., Syafei, M. M., & Afrinaldi, R. (2021). Survei Pengetahuan Siswa Terhadap Pembelajaran Atletik Nomor Lompat Jauh di SMAN 1 Rengasdengklok. *Jurnal Literasi Olahraga*, 2(2), 104-109.
- Hakim, M., & Adriansyah, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Jeruk Impor pada Tingkat Konsumen di Kota Binjai. *Jurnal Al Ulum LPPM Universitas Al Washliyah Medan*, 9(2), 62-66.
- Hamidah<sup>1</sup>, K., Syahni, R., & Sari, R. (2020). Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatra Barat.
- Harahap, M., Putra, Y. A., & Yunita, A. (2023). Pengembangan Agribisnis Tanaman Bawang Merah Di Desa Sukajadi Kecamatan Banda Mulia Kabupaten Aceh Tamiang. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 7(2), 131-143.

- Harati, R. (2022). Analisis Permintaan Gula Pasir Di Kota Palangkaraya. *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Pariwisata*, 2(1), 58-63.  
<https://sumut.bps.go.id/subject/55/hortikultura.html>, diakses pada tanggal 2 Januari 2024 pada 08.43 WIB  
<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjEjMg%3D%3D/produksi-tanaman-sayuran.html>, diakses pada tanggal 12 April 2023 pada 15.36 WIB
- Irmayani, I., & Salim, N. (2023). KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHA TANI BAWANG MERAH TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA PETANI DI KELURAHAN BALLA KECAMATAN BARAKA: KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHA TANI BAWANG MERAH TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA PETANI DI KELURAHAN BALLA KECAMATAN BARAKA. *Jurnal AGRIBIS*, 16(1), 2125-2153.
- Kilmanun, J. C., PR, P. E., & Nuarie, R. B. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah Di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur. *Jurnal Pertanian Agros*, 22(2), 272-277.
- Lihang, A., Sasinggala, M., & Butarbutar, R. R. (2022). Identifikasi Keanekaragaman Tanaman Hortikultura di Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa Selatan Provinsi Sulawesi Utara. *BIOMA: JURNAL BIOLOGI MAKASSAR*, 7(2), 44-50.
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY : Journal Of Education*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.52121/alacrity.v4i1>
- Mariyah, T., Roessali, W., & Ekowati, T. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah pada Rumah Tangga di Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(1), 77. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.01.8>
- Maulana, A., & Safarida, N. (2021). Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 173-198.
- Oktaviana, D. A., Effendy, E., & Pratama, F. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN SAYURAN KANGKUNG KECAMATAN AMPANA KOTA KABUPATEN TOJO UNA-UNA. *AGROTEKBIS: E-JURNAL ILMU PERTANIAN*, 11(1), 197-203.
- Ramadhan, M., & Adnan, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Di Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 114-121.
- Siregar, I. N. P., Selvy, S., Gurning, H. R., & Angga, E. (2019). PENGARUH REKRUTMEN DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWA PADA PT. BUDI RAYA PERKASA. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 71-80.
- Soraya, N., & Afiatno, B. E. (2021). Elastisitas harga dan elastisitas pendapatan permintaan energi listrik pada rumah tangga di Indonesia. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 1046-1060.
- Sukma, N., Saerang, I. S., & Tulung, J. E. (2019). PENGARUH DANA PIHAK KETIGA, RISIKO KREDIT, RISIKO PASAR DAN RISIKO OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PADA BANK

KATEGORI BUKU 2 PERIODE 2014-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

- Tanaem, M. G., & Ernah, D. (2021). PERILAKU KONSUMEN MINYAK GORENG SAWIT SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDUNG JAWA BARAT. *AGRITECH*, 23(1), 1411–1063. <https://doi.org/10.30595/agritech>
- Taufiq, M., Rahmanta, R., & Ayu, S. F. (2021). Permintaan Dan Penawaran Bawang Merah Di Provinsi Sumatra Utara. *Jurnal Agrica*, 14(1), 104-115.
- Wijayanto, D., & Pi, S. (2021). *Buku Ajar Ekonomi Perikanan*. uwais inspirasi indonesia.

## LAMPIRAN

### **Lampiran 1. Kuesioner Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan**

#### **Kuesioner Penelitian**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Berhubung adanya kegiatan penelitian yang sedang saya lakukan tentang **“Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Centre Kota Medan”**. Adapun tujuan saya mengajukan permohonan pengisian kuesioner yaitu untuk mengolah data-data dengan tepat guna keperluan ilmiah dan keperluan tugas akhir peneliti di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Data yang diperoleh juga dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat untuk saya dan juga pihak-pihak yang membutuhkan. Oleh karenanya, saya mohon keringanan bapak/ibu/saudara/i responden untuk dapat mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya.

Demikian surat ini saya ajukan, atas waktu dan ketersediaannya saya ucapkan banyak terimakasih. Semoga penelitian ini banyak memberikan pengaruh positif untuk kita semua.

Hormat Saya,

**Yulita Syahrani**  
**1904300005**

No. Responden : ..... Hari/Tanggal : .....
---

## KUESIONER

### ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP BAWANG MERAH

*(Allium ascalonicum L.)* DI PASAR RAYA MEDAN METROPOLITAN

#### TRADE CENTRE KOTA MEDAN

#### 1. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
- b. Berilah tanda (✓) pada kolom  yang disediakan dan pilih salah satu jawaban yang paling sesuai.
- c. Ada 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu :
  - 5 = Sangat Setuju (SS)
  - 4 = Setuju (S)
  - 3 = Netral (N)
  - 2 = Kurang Setuju (KS)
  - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

#### 2. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama : .....
- b. Jenis Kelamin :  Laki-Laki       Perempuan
- c. Usia : ..... Tahun

- d. Domisili : .....
- e. Pekerjaan saat ini :  Pelajar/Mahasiswa       Wirausaha  
 Ibu Rumah Tangga       Pensiunan  
 Wiraswasta       TNI/POLRI  
 Pegawai Negeri       Pegawai Swasta  
 Lain-lain : .....
- f. Pendidikan terakhir :  SD       SMP  
 SMA       Diploma (D3)  
 S1       S2  
 S3
- g. Frekuensi pembelian bawang merah yang di beli saat ini : ..... Kg
- h. Frekuensi pembelian bawang merah dalam satu bulan : ..... Kg
- i. Berapa jenis bawang merah yang di beli di pasar : ..... Jenis
- j. Jenis – jenis bawang merah yang di beli : .....  
.....  
.....  
.....
- k. Alasan membeli bawang merah : .....
- l. Alasan memilih berbelanja di pasar MMTC : .....
- m. Jarak dari rumah ke lokasi pasar MMTC : ..... Km

### 3. DAFTAR PERTANYAAN

#### A. Harga Bawang Merah

- a. Ketika membeli di pasar, berapakah harga bawang merah Rp. ....



**B. Pendapatan Konsumen**

- a. Pendapatan bapak/ibu/saudara/i setiap bulan : Rp. ....
- b. Apakah menurut bapak/ibu/saudara/i pendapatan tersebut cukup memenuhi semua kebutuhan keluarga :  Ya                       Tidak

**C. Jumlah Tanggungan**

- a. Jumlah tanggungan keluarga yaitu sebanyak : ..... Orang
- b. Apakah setiap individu dalam keluarga mengkonsumsi bawang merah :  Ya       Tidak
- c. Berapa banyak individu yang mengonsumsi bawang merah : .... Orang

**Lampiran 2. Karakteristik Responden Konsumen Bawang Merah**

<b>Nomor Responden</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Domisili</b>	<b>Pekerjaan Saat Ini</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>
1	Lili	Perempuan	58	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	S1
2	Deni	Laki-laki	40	Medan Area	Pegawai Negeri	S1
3	Yani	Perempuan	38	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
4	Miser	Perempuan	22	Medan Tembung	Pelajar/Mahasiswa	SMA
5	Wilda	Perempuan	38	Medan Tembung	Pegawai Swasta	S1
6	Leni	Perempuan	47	Medan Tembung	Pegawai Negeri	S1
7	Isa	Perempuan	32	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
8	Ade	Laki-laki	20	Medan Tembung	Pelajar/Mahasiswa	SMA
9	Marlin	Perempuan	28	Medan Tembung	Pegawai Swasta	SMA
10	Nurul	Perempuan	22	Medan Sunggal	Pelajar/Mahasiswa	SMA
11	Slamet	Laki-laki	63	Medan Tembung	Wirausaha	SMP
12	Nur Aisyah	Perempuan	55	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SMP
13	Siti Hamidah	Perempuan	17	Medan Tembung	Pelajar/Mahasiswa	SMA
14	Suryani	Perempuan	46	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
15	Ayuindarti	Perempuan	36	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SMA
16	Esti	Perempuan	39	Medan Timur	Ibu Rumah Tangga	S1
17	Wati	Perempuan	42	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SMA
18	Tahajudin Nasution	Laki-laki	25	Medan Perjuangan	Wirausaha	SMP
19	Bahagia	Perempuan	45	Medan Tembung	Wirausaha	S1
20	Sari	Perempuan	38	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
21	Dewi	Perempuan	37	Medan Tembung	Pegawai Swasta	S2
22	Mariana	Perempuan	56	Medan Tembung	Wiraswasta	SMA

23	Eni	Perempuan	52	Medan Tembung	Wirausaha	S1
24	Lidya	Perempuan	49	Medan Belawan	Wiraswasta	SMA
25	Lia	Perempuan	36	Deli Serdang	TNI/Polri	SMA
26	Yohana Sinurat	Perempuan	57	Medan Denai	Pegawai Swasta	S1
27	Boy	Laki-laki	35	Deli Serdang	Wirausaha	SMA
28	Kodri	Laki-laki	22	Deli Serdang	Wiraswasta	SMA
29	Endang	Perempuan	48	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
30	Siti Nuraidah	Perempuan	41	Medan Tuntungan	Wirausaha Wirausaha (Kedai Sampah)	D3 SMA
31	Elmauli	Perempuan	52	Medan Tembung	Pelajar/Mahasiswa	SMA
32	Ali	Laki-laki	22	Medan Perjuangan	Wirausaha	SMA
33	Ayu	Perempuan	32	Percut Sei Tuan	Wirausaha (Kedai Sampah)	SMA
34	Mukhtinar	Perempuan	59	Medan Area	Pegawai Negeri	S1
35	Erlina Tarigan	Perempuan	45	Deli Tua	Ibu Rumah Tangga	SMA
36	Lisa	Perempuan	38	Batang Kuis	Ibu Rumah Tangga	S1
37	Tina	Perempuan	56	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SMA
38	Mida	Perempuan	45	Helvetia	Ibu Rumah Tangga	SMA
39	Sinta	Perempuan	27	Lubuk Pakam	Wirausaha Wirausaha (Kedai Sampah)	SD S1
40	Ciko	Laki-laki	40	Medan Timur	Pelajar/Mahasiswa	S1
41	Nanda	Perempuan	25	Medan Timur	Wirausaha (Kedai Sampah)	SMP
42	Juliana	Perempuan	45	Medan Amplas	Wirausaha	SMA
43	Agustina	Perempuan	46	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
44	Tika	Perempuan	38	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	SMA

45	Qori	Perempuan	22	Medan Tuntungan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
46	Leli	Perempuan	43	Medan Perjuangan	Wirausaha	SMP
47	Yati	Perempuan	54	Medan Area	Wiraswasta	SMP
48	Ngatiem	Perempuan	71	Percut Sei Tuan	Wiraswasta	SMP
49	Rahmadani	Perempuan	53	Medan Tembung	Wiraswasta	SMA
50	Sri	Perempuan	48	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
51	Nadya	Perempuan	18	Medan Timur	Pelajar/Mahasiswa	SMA
52	Iwan	Laki-laki	41	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
53	Erna	Perempuan	35	Medan Deli	Ibu Rumah Tangga	SMA
54	Ima	Perempuan	47	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	SMP
55	Sumiati	Perempuan	46	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
56	Yohana	Perempuan	30	Medan Tembung	Pegawai Negeri	S1
57	Saria	Perempuan	58	Medan Tembung	Pegawai Swasta	D3
58	Fitriani	Perempuan	35	Medan Deli	Wirausaha	SMA
59	Jupri	Laki-laki	45	Medan Tembung	Wirausaha	SMP
60	Astuti	Perempuan	39	Belawan	Ibu Rumah Tangga	SMA
61	Karlina Napitupulu	Perempuan	33	Medan Tembung	Pegawai Negeri	S1
62	Hani	Perempuan	22	Percut Sei Tuan	Wiraswasta	SMA
63	Ima	Perempuan	21	Percut Sei Tuan	Wiraswasta	SMP
64	Jimmi	Laki-laki	41	Medan Deli	Wirausaha	S1
65	Aldo	Laki-laki	24	Medan Barat	Pegawai Swasta	S1
66	Nita	Perempuan	28	Percut Sei Tuan	Pegawai Swasta	SMP
67	Rusma	Perempuan	49	Perbaungan	Wirausaha	SMP
68	Cita	Perempuan	22	Medan Tembung	Wirausaha	SMA
69	Putra	Laki-laki	27	Medan Sunggal	Wirausaha	SMP

70	Citi Sarah	Perempuan	49	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
71	Wahyuni	Perempuan	38	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
72	Suari	Perempuan	36	Percut Sei Tuan	Pegawai Swasta	S1
73	Ilman Lubis	Laki-laki	61	Labuhan Deli	Pensiunan	SMA
74	Nanda	Perempuan	52	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
75	Aryati	Perempuan	59	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SD
76	Rahmadani	Perempuan	26	Medan Perjuangan	Ibu Rumah Tangga	SMA
77	Reza	Laki-laki	28	Medan Perjuangan	Wirausaha	S1
78	Egi	Perempuan	30	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
79	Yuni	Perempuan	51	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
80	Nanda	Perempuan	30	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	S1
81	Yeni	Perempuan	41	Percut Sei Tuan	Wirausaha	D3
82	Tini	Perempuan	50	Percut Sei Tuan	Pegawai Negeri	S1
83	Sedarhati	Perempuan	45	Medan Area	Ibu Rumah Tangga	SMA
84	Rosminah	Perempuan	70	Medan Denai	Pensiunan	SMA
85	Misniati	Perempuan	32	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
86	Candra	Laki-laki	35	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
87	Putri	Perempuan	20	Medan Perjuangan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
88	Fifah	Perempuan	66	Medan Tembung	Wiraswasta	SD
89	Nei	Perempuan	52	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMP
90	Dila	Perempuan	37	Medan Area	Wirausaha	SMA
91	Nurbeti	Perempuan	55	Batang Kuis	Ibu Rumah Tangga	SD
92	Safrizal	Laki-laki	45	Medan Deli	Wirausaha	SMP
93	Heni	Perempuan	41	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	SMA
94	Fitri	Perempuan	29	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMP

95	Tami	Perempuan	27	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMA
96	Ayu	Perempuan	30	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	S1
97	Afriska	Perempuan	33	Medan Tembung	Ibu Rumah Tangga	S1
98	Ranti	Perempuan	55	Percut Sei Tuan	Wirausaha	SMP
99	Happy	Perempuan	73	Medan Perjuangan	Wirausaha	SMA
100	Desi	Perempuan	45	Percut Sei Tuan	Ibu Rumah Tangga	D1
<b>Jumlah</b>		-	4047	-	-	-
<b>Rata-Rata</b>		Perempuan	40	-	Ibu Rumah Tangga	SMA

### Lampiran 3. Variabel Penelitian

<b>Nomor Responden</b>	<b>Harga (X1) Rp/Kg</b>	<b>Pendapatan Konsumen (X2) Rp/Bln</b>	<b>Jumlah Tanggungan (X3)/Jiwa</b>	<b>Permintaan Konsumen (Y) Kg/Bln</b>
1	28000	3000000	1	2
2	28000	5000000	3	4
3	22000	5000000	3	4
4	28000	1500000	1	1
5	22000	2000000	1	2
6	26000	5000000	3	4
7	28000	3000000	4	3
8	24000	3000000	1	2
9	24000	2000000	1	2
10	28000	2500000	1	2
11	28000	2000000	1	2
12	28000	2800000	1	3
13	26000	600000	1	1
14	20000	3100000	7	3
15	28000	5000000	1	3
16	28000	5000000	2	4
17	24000	2500000	2	3
18	28000	3500000	1	2
19	23000	3000000	5	4
20	22000	2000000	1	3
21	28000	2000000	1	1
22	20000	2000000	7	3
23	28000	3000000	3	3
24	26000	5000000	3	4
25	26000	2100000	2	2
26	26000	2500000	1	2
27	20000	4100000	3	4
28	23000	1800000	1	2
29	22000	2400000	4	3
30	28000	2000000	2	2
31	24000	3000000	4	3
32	28000	600000	1	1
33	24000	1000000	2	1
34	24000	1900000	3	3
35	23000	1100000	2	1
36	26000	2000000	2	2
37	26000	5000000	4	4
38	20000	4500000	4	4

39	22000	600000	1	1
40	20000	3500000	3	3
41	24000	1000000	1	1
42	22000	2000000	6	3
43	20000	4000000	3	4
44	26000	2000000	2	2
45	24000	2000000	1	1
46	20000	3500000	6	4
47	26000	4500000	4	4
48	24000	500000	1	1
49	22000	3800000	5	4
50	20000	3000000	5	3
51	23000	1000000	1	1
52	20000	1500000	2	2
53	20000	5000000	3	4
54	20000	2000000	3	3
55	24000	2000000	3	2
56	20000	1000000	1	1
57	20000	1800000	2	2
58	23000	2000000	2	2
59	20000	1800000	2	2
60	22000	5000000	5	4
61	26000	1000000	1	1
62	20000	1500000	1	1
63	20000	600000	1	1
64	26000	5000000	3	4
65	20000	3500000	3	3
66	28000	1200000	1	1
67	20000	1500000	1	1
68	23000	1000000	1	1
69	22000	2000000	1	2
70	20000	2000000	1	2
71	20000	2000000	2	2
72	26000	4000000	3	4
73	24000	2400000	1	2
74	26000	2600000	2	2
75	20000	700000	1	1
76	20000	2000000	1	2
77	23000	5000000	3	4
78	20000	3000000	2	3
79	20000	2500000	1	2
80	20000	1000000	1	1



81	20000	5000000	3	4
82	24000	1500000	1	1
83	20000	2500000	2	2
84	24000	1000000	1	1
85	23000	2100000	2	2
86	24000	3600000	3	3
87	28000	1000000	1	1
88	28000	600000	3	1
89	22000	1000000	1	1
90	26000	3000000	2	3
91	20000	1500000	1	1
92	24000	2900000	3	3
93	20000	3100000	3	3
94	23000	1500000	2	1
95	20000	2200000	1	2
96	26000	2800000	3	3
97	20000	2600000	2	3
98	20000	1300000	1	1
99	26000	1000000	1	1
100	22000	3900000	3	4

---

*Sumber : Data Primer Diolah, 2023*

**Lampiran 4. Bentuk Logaritma Dari Variabel Penelitian**

<b>Nomor Responden</b>	<b>Harga (X1) Rp/Kg</b>	<b>Pendapatan Konsumen (X2) Rp/Bln</b>	<b>Jumlah Tanggungan (X3)/Jiwa</b>	<b>Permintaan Konsumen (Y) Kg/Bln</b>
1	10.24	14.91	.00	.69
2	10.24	15.42	1.10	1.39
3	10.00	15.42	1.10	1.39
4	10.24	14.22	.00	.00
5	10.00	14.51	.00	.69
6	10.17	15.42	1.10	1.39
7	10.24	14.91	1.39	1.10
8	10.09	14.91	.00	.69
9	10.09	14.51	.00	.69
10	10.24	14.73	.00	.69
11	10.24	14.51	.00	.69
12	10.24	14.85	.00	1.10
13	10.17	13.30	.00	.00
14	9.90	14.95	1.95	1.10
15	10.24	15.42	.00	1.10
16	10.24	15.42	.69	1.39
17	10.09	14.73	.69	1.10
18	10.24	15.07	.00	.69
19	10.04	14.91	1.61	1.39
20	10.00	14.51	.00	1.10
21	10.24	14.51	.00	.00
22	9.90	14.51	1.95	1.10
23	10.24	14.91	1.10	1.10
24	10.17	15.42	1.10	1.39
25	10.17	14.56	.69	.69
26	10.17	14.73	.00	.69
27	9.90	15.23	1.10	1.39
28	10.04	14.40	.00	.69
29	10.00	14.69	1.39	1.10
30	10.24	14.51	.69	.69
31	10.09	14.91	1.39	1.10
32	10.24	13.30	.00	.00
33	10.09	13.82	.69	.00
34	10.09	14.46	1.10	1.10
35	10.04	13.91	.69	.00
36	10.17	14.51	.69	.69
37	10.17	15.42	1.39	1.39
38	9.90	15.32	1.39	1.39
39	10.00	13.30	.00	.00
40	9.90	15.07	1.10	1.10

41	10.09	13.82	.00	.00
42	10.00	14.51	1.79	1.10
43	9.90	15.20	1.10	1.39
44	10.17	14.51	.69	.69
45	10.09	14.51	.00	.00
46	9.90	15.07	1.79	1.39
47	10.17	15.32	1.39	1.39
48	10.09	13.12	.00	.00
49	10.00	15.15	1.61	1.39
50	9.90	14.91	1.61	1.10
51	10.04	13.82	.00	.00
52	9.90	14.22	.69	.69
53	9.90	15.42	1.10	1.39
54	9.90	14.51	1.10	1.10
55	10.09	14.51	1.10	.69
56	9.90	13.82	.00	.00
57	9.90	14.40	.69	.69
58	10.04	14.51	.69	.69
59	9.90	14.40	.69	.69
60	10.00	15.42	1.61	1.39
61	10.17	13.82	.00	.00
62	9.90	14.22	.00	.00
63	9.90	13.30	.00	.00
64	10.17	15.42	1.10	1.39
65	9.90	15.07	1.10	1.10
66	10.24	14.00	.00	.00
67	9.90	14.22	.00	.00
68	10.04	13.82	.00	.00
69	10.00	14.51	.00	.69
70	9.90	14.51	.00	.69
71	9.90	14.51	.69	.69
72	10.17	15.20	1.10	1.39
73	10.09	14.69	.00	.69
74	10.17	14.77	.69	.69
75	9.90	13.46	.00	.00
76	9.90	14.51	.00	.69
77	10.04	15.42	1.10	1.39
78	9.90	14.91	.69	1.10
79	9.90	14.73	.00	.69
80	9.90	13.82	.00	.00
81	9.90	15.42	1.10	1.39
82	10.09	14.22	.00	.00
83	9.90	14.73	.69	.69
84	10.09	13.82	.00	.00

85	10.04	14.56	.69	.69
86	10.09	15.10	1.10	1.10
87	10.24	13.82	.00	.00
88	10.24	13.30	1.10	.00
89	10.00	13.82	.00	.00
90	10.17	14.91	.69	1.10
91	9.90	14.22	.00	.00
92	10.09	14.88	1.10	1.10
93	9.90	14.95	1.10	1.10
94	10.04	14.22	.69	.00
95	9.90	14.60	.00	.69
96	10.17	14.85	1.10	1.10
97	9.90	14.77	.69	1.10
98	9.90	14.08	.00	.00
99	10.17	13.82	.00	.00
100	10.00	15.18	1.10	1.39

---

## Lampiran 5. Hasil Output Regresi Linear Berganda

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36538350
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.056
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

### Coefficients<sup>a</sup>

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Harga Bawang Merah	.931	1.074
	Pendapatan Konsumen	.721	1.387
	Jumlah Tanggungan	.697	1.434

- a. Dependent Variable: Permintaan Konsumen

### Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.349	.210		1.663	.100
	Harga Bawang Merah	-4.104E-6	.000	-.050	-.477	.634
	Pendapatan Konsumen	6.480E-9	.000	.035	.295	.769
	Jumlah Tanggungan	.002	.021	.010	.083	.934

- a. Dependent Variable: RES2

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 <sup>a</sup>	.869	.865	.19265

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

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.665	3	7.888	212.544	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.563	96	.037		
	Total	27.228	99			

a. Dependent Variable: LnY

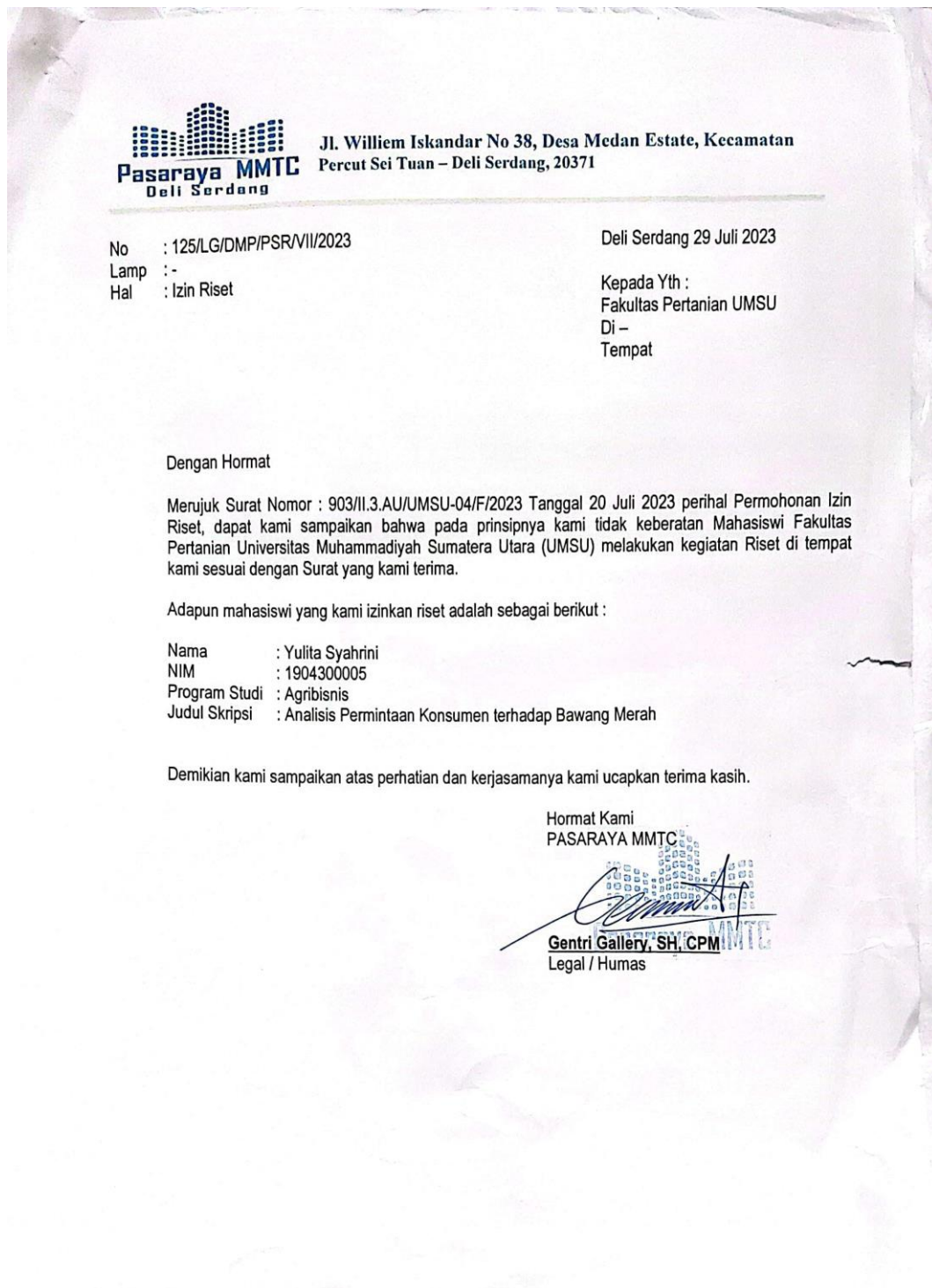
b. Predictors: (Constant), LnX3, LnX1, LnX2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.519	1.614		-4.657	.000
	LnX1	-.114	.157	-.027	-.724	.471
	LnX2	.633	.041	.713	15.603	.000
	LnX3	.275	.040	.315	6.806	.000

a. Dependent Variable: LnY



**Lampiran 7. Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Pasaraya MMTc**



**Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian**







