

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KOMODITAS BAWANG MERAH DI KOTA MATARAM

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING DEMAND FOR RED ONION COMMODITIES IN MATARAM CITY

Amiruddin¹, Anwar^{1*}

¹Program Studi Agribisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email penulis korespondensi: anwar@unram.ac.id

Abstrak

Bawang merah merupakan komoditi hortikultura yang tergolong sayuran rempah yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta obat tradisional. Pentingnya bawang merah bagi masakan membuat permintaan akan bawang merah terus meningkat setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram dan menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram. Penelitian ini dilakukan di Pasar Mandalika Kecamatan Sandubaya dan Pasar Kebon Roek Kecamatan Ampenan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu menentukan sampel berdasarkan orang yang ditemui secara kebetulan di daerah penelitian. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 sampel konsumen bawang merah. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah harga bawang merah, harga bawang putih, pendapatan konsumen dan tanggungan keluarga, sedangkan yang tidak mempengaruhi yaitu harga bawang bombay. Berdasarkan koefisien Beta, faktor yang paling dominan terbesar mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah pendapatan konsumen sebesar 0,723 dan yang paling dominan terkecil mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah tanggungan keluarga sebesar 0,079.

Kata Kunci: Permintaan, Bawang Merah, Dominan

Abstract

Shallots are a horticultural product that is classified as a vegetable spice that functions as a food condiment and as a traditional medicine. The importance of shallots in cooking means that the demand for shallots continues to increase each year. This research aims to analyze the factors influencing the demand for shallot commodities in Mataram city and to analyze the dominant factors influencing the demand for shallot commodities in Mataram city. This research was conducted in Mandalika market, Sandubaya district and Kebon Roek market, Ampenan district. Sampling in this study used the accidental sampling method, that is, determining the sample based on people who were found by chance in the research area. The number of samples examined in this research was 30 samples of shallot consumers. Data analysis using Multiple Linear Regression. The results of this research show that the factors that influence the demand for shallots are the price of shallots, the price of garlic, consumer income and family responsibilities, while those that do not influence are the price of onions. According to the Beta coefficient, the most dominant factor influencing the demand for shallot commodities is consumer income with 0.723 and the least dominant factor influencing the demand for shallot commodities is family responsibilities with 0.079.

Keywords: demand, shallots, dominance

PENDAHULUAN

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

satu sektor pertanian yang menjadi pusat perhatian adalah sektor hortikultura (Gunistiyo, 2009).

Salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan oleh petani yaitu bawang merah. Bawang merah (*Allium ascalonicum*, L) merupakan komoditi hortikultura yang tergolong sayuran rempah. Bawang merah tergolong komoditi yang mempunyai nilai jual tinggi di pasaran. Daerah sentra produksi dan pengusahaan bawang merah perlu ditingkatkan mengingat permintaan konsumen dari waktu ke waktu terus meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk dan peningkatan daya belinya. Mengingat kebutuhan terhadap bawang merah yang kian terus meningkat maka pengusahaannya memberikan prospek yang cerah (Arafah *et al.*, 2019).

Bawang merah merupakan tanaman yang bersifat musiman sehingga ketersediaannya dapat berubah-ubah di pasaran yang menyebabkan terjadinya fluktuatif harga. Kurangnya pasokan hasil produksi dari petani, biasanya disebabkan karena belum tibanya masa panen, tanaman terserang hama penyakit, dan sebagainya sehingga terjadi kelangkaan. Keadaan ini berpengaruh besar terhadap permintaan bawang merah di pasaran (Utami *et al.*, 2022).

Pada umumnya, bawang merah dimanfaatkan sebagai bumbu penyedap rasa masakan. Bawang merah mengandung minyak atsiri yang dapat menciptakan aroma yang khas dan memberikan cita rasa pada masakan. Selain itu, minyak atsiri ini juga berfungsi sebagai pengawet karena bersifat bakterisida dan fungisida untuk bakteri dan cendawan tertentu (Rahayu & Berlian, 2016).

Bawang merah selalu dibutuhkan tiap harinya, sedangkan produktivitas bawang merah bersifat musiman sehingga pada saat tertentu bawang merah mengalami gejolak harga berupa kenaikan harga pada saat permintaan lebih tinggi dari pasokan maupun merosotnya harga bawang merah ketika pasokan lebih tinggi dari permintaan. Permintaan bawang merah terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan kebutuhan konsumsi masyarakat. Menurut data BPS (2022), konsumsi bawang merah di Kota Mataram pada tahun 2021 sebesar 4,637 ton/tahun. Selain meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya, pendapatan masyarakat juga meningkat membuat permintaan akan bawang merah juga terus meningkat.

Menurut Sukirno (2012), permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang direncanakan.

Dengan kata lain, permintaan baru bisa terjadi pada saat konsumen memiliki kebutuhan akan barang tersebut dan juga memiliki daya beli untuk mendapatkan produk tersebut. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli dikenal dengan istilah permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut dengan permintaan potensial. Daya beli konsumen itu sendiri disokong oleh dua faktor mendasar, yakni pendapatan konsumen dan juga harga produk yang dikehendaki (Sukirno, 2012).

Tujuan penelitian ini untuk: 1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram, dan 2. Menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Mandalika Kecamatan Sandubaya dan Pasar Kebon Roek Kecamatan Ampenan. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan alasan memilih lokasi penelitian karena pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang banyak terdapat pedagang bawang merah (Ariawaty, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bawang merah di Kota Mataram. Dari seluruh populasi konsumen bawang merah di Kota Mataram diambil 30 responden konsumen bawang merah, dimana di tiap pasar yang telah ditentukan diambil 15 responden konsumen. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*, yaitu cara pengambilan sampel secara penelusuran (*accidental*) dengan mengambil sampel konsumen yang kebetulan ada atau sedang berbelanja bawang merah di lokasi penelitian (Notoatmodjo, 2010; Sugiyono, 2014). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda dengan model sebagai berikut (Soekartawi, 2014):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Jumlah Permintaan (Kg/tahun)

X₁ = Harga bawang merah (Rp/Kg)

X₂ = Harga bawang putih (Rp/Kg)

X₃ = Harga bawang bombay (Rp/Kg)

X₄ = Pendapatan konsumen (Rp/tahun)

X₅ = Tanggungan keluarga (jiwa)

β₀ = Konstanta

β₁ – β₅ = Koefisien regresi masing-masing variabel

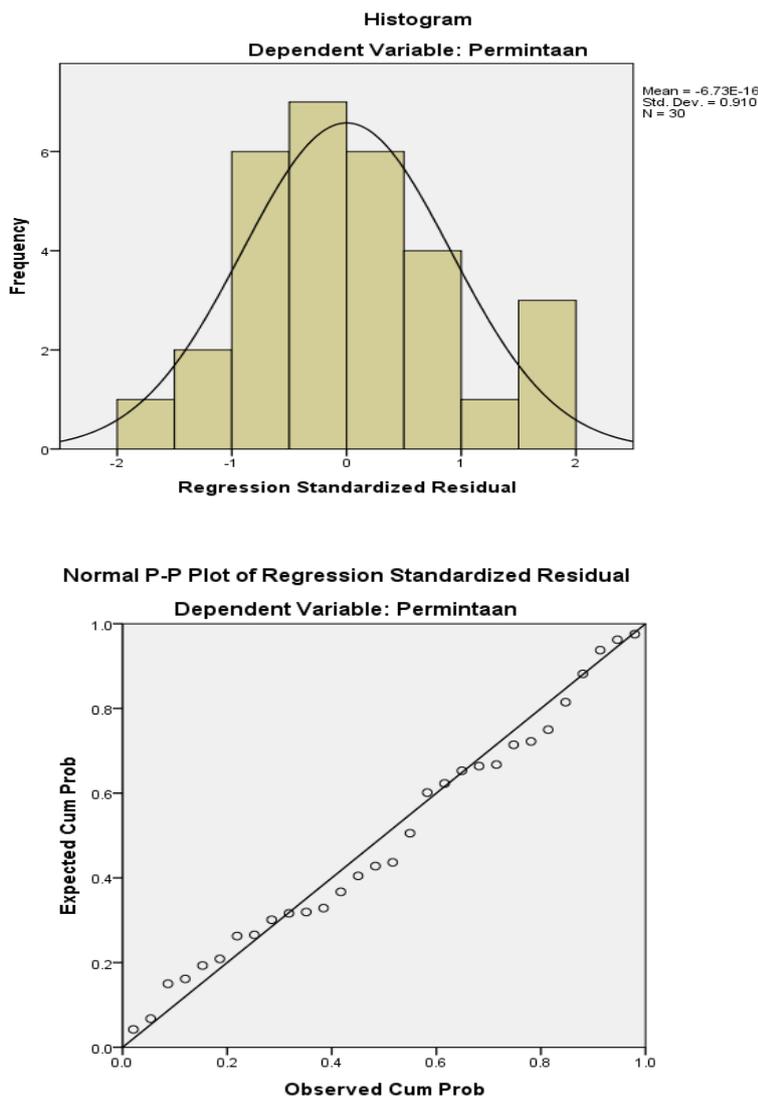
e = Gangguan stokastik atau kesalahan (*disturbance term*)

Untuk mengestimasi koefisien regresi dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*ordinary least square*), dengan bantuan aplikasi program SPSS 23. Untuk menguji keberartian koefisien regresi berganda dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah dilakukan uji keberartian koefisien regresi secara serentak (Uji F) dan parsial (Uji t). Uji asumsi klasik yang perlu dilakukan adalah normalitas, multikolinearitas dan autokorelasi. Untuk mengetahui faktor mana yang dominan mempengaruhi permintaan bawang merah dengan melihat nilai koefisien beta terbesar dari hasil analisis SPSS 23 (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat dari Grafik Histogram residualnya atau Grafik Normal P-P Plot hasil pengolahan dengan SPSS seperti berikut.



Gambar 1. Grafik Histogram dan Normal P-P Plot

Berdasarkan histogram dan normal p-p plot pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa rata-rata residual sama dengan nol. Pola histogram tampak mengikuti kurva normal, meskipun ada beberapa data yang tampak outlier, namun secara garis besar distribusi data mengikuti kurva normal. Grafik normal P-Plot digunakan untuk mengetahui residual atau variabel pengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak, dengan cara melihat sebaran titik-titik pada grafik normal P-Plot. Berdasarkan grafik normal P-Plot dapat dikatakan bahwa residual atau variabel pengganggu terdistribusi normal karena titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

Uji Asumsi Klasik Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara satu periode penelitian (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai $dl < DW < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi, apabila nilai $DW < dl$ atau $DW > 4-du$ maka terjadi autokorelasi, dan apabila nilai $dl < DW < du$ atau $4-du < DW < 4-dl$ artinya tidak dapat disimpulkan atau tidak ada kepastian. Jika nilai DW mendekati 2 maka dalam model tidak terjadi gejala autokorelasi (Nachrowi, 2005).

Tabel 1. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 ^a	.623	.544	1304.634	1.926

a. Predictors: (Constant), Tanggungan, Harga_bmerah, Harga_bputih, Pendapatan, Harga_bbombay

b. Dependent Variable: Permintaan

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,926 dimana pada model penelitian menggunakan $\alpha = 0,05$ dengan jumlah observasi sebanyak 30, variabel independen sebanyak 5, maka didapatkan nilai $d_L = 1,071$ dan $d_U = 1,833$. Maka nilai $d_L (1,071) < DW (1,926) < 4-d_U (2,167)$ dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada model (nilai DW mendekati 2 tidak terjadi autokorelasi).

Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	65.653	48.365		1.357	.266		
	Harga_bmerah	-.326	.142	.139	-2.296	.033	.973	1.027
	Harga_bputih	.305	.139	.474	2.204	.038	.345	2.896
	Harga_bbombay	.134	.183	.079	.732	.765	.339	2.951
	Pendapatan	2.467	.802	.723	3.076	.003	.908	1.102
	Tanggungan	1.745	.642	.123	2.718	.024	.863	1.159

a. Dependent Variable: Permintaan

Gejala multikolinearitas tidak terjadi jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$. Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai Tolerance masing-masing variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga diperoleh kesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas di dalam model tersebut.

Uji Keberartian Koefisien Regresi Secara Serentak

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah harga bawang merah, harga bawang putih, harga bawang bombay, pendapatan konsumen, dan tanggungan keluarga.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67397332.44	5	13479466.49	7.919	.000 ^b
	Residual	40849667.56	24	1702069.481		
	Total	108247000.0	29			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Tanggungan, Harga_bmerah, Harga_bputih, Pendapatan, Harga_bbombay

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji serentak atau Uji-F diperoleh nilai F-hitung sebesar 7,919 dengan nilai signifikansi $0.000 < \alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima maka dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel bebas yang terdiri dari harga bawang merah (X_1), harga bawang putih (X_2), harga bawang bombay (X_3), pendapatan konsumen (X_4), dan tanggungan keluarga (X_5) secara serentak atau bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah. Hal ini menunjukkan model yang digunakan sudah sangat bagus, dan didukung oleh nilai koefisien determinasi (R^2) yang tinggi sebesar 0,623 (Lihat Tabel 1), artinya 62,3% variasi variabel jumlah permintaan komoditas bawang merah (Y) mampu dijelaskan oleh variabel harga bawang merah (X_1), harga bawang putih (X_2), harga bawang bombay (X_3), pendapatan konsumen (X_4), dan tanggungan keluarga (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti selera konsumen.

Uji Keberartian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji-t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas harga bawang merah (X_1), harga bawang putih (X_2), harga bawang bombay (X_3), pendapatan konsumen (X_4), dan tanggungan keluarga (X_5) secara parsial terhadap permintaan komoditas bawang merah.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan ($p\text{-value} < \alpha = 0,05$) secara parsial terhadap permintaan komoditas bawang merah adalah harga bawang merah, harga bawang putih, pendapatan konsumen, dan tanggungan keluarga, sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan adalah harga bawang bombay. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, diperoleh persamaan regresi berikut.

$$Y = 65,653 - 0,326X_1 + 0,305X_2 + 0,134X_3 + 2,467X_4 + 1,745X_5$$

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

Harga Bawang Merah (X_1)

Variabel harga bawang merah mempunyai koefisien regresi sebesar -0,326. Nilai koefisien variabel tersebut menunjukkan korelasi negatif dan berpengaruh nyata pada tingkat kepercayaan 95% ($0,033 < \alpha = 0,05$) terhadap permintaan komoditas bawang merah (Lihat Tabel 2). Dengan demikian secara kuantitatif apabila harga bawang merah naik satu rupiah per kilogram maka permintaan akan komoditas bawang merah menurun sebesar 0,326 rupiah per kilogram.

Dalam hukum permintaan, jumlah barang yang diminta akan berubah secara berlawanan sesuai dengan perubahan harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu komoditas maka permintaan akan komoditas tersebut akan

meningkat dan begitu pula sebaliknya, semakin tinggi harga komoditas maka permintaan akan komoditas tersebut akan menurun. Sehingga konsumen akan mengurangi konsumsi bawang merah dan memilih barang pengganti yang harganya lebih murah dan manfaatnya hampir sama. Menurut teori, bila harga naik maka permintaan akan turun dan bila harga turun permintaan akan naik. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan, hal ini sejalan dengan penelitian (Utami *et al.*, 2022; Ria, 2013).

Harga Bawang Putih (X2)

Berdasarkan hasil uji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah, bahwa variabel harga bawang putih (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,038 yang lebih kecil dari α sebesar 0,05 (Lihat Tabel 2). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga bawang putih berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Bawang putih pada dasarnya mempunyai manfaat dan kegunaan sama dengan bawang merah yaitu bumbu dapur. Kedua bawang ini juga mempunyai kandungan gizi yang hampir sama. Oleh karena itu adanya kesamaan tersebut konsumen mempunyai alternatif lain dalam memenuhi kebutuhannya. Sehingga apabila harga suatu komoditas naik, misalnya bawang merah maka permintaan akan bawang putih sebagai barang substitusi akan meningkat. Hal ini tidak sejalan dengan Dahar (2017) yang menyatakan bahwa harga bawang putih tidak mempengaruhi permintaan bawang merah. Hal ini disebabkan bawang merah dan bawang putih masing-masing memiliki rasa dan juga fungsi yang berbeda.

Harga Bawang Bombay (X3)

Berdasarkan hasil uji statistik pada tingkat kepercayaan 95% tingkat signifikansi ($0,765 > \alpha = 0,05$) lihat Tabel 2. Hal ini berarti harga bawang bombay tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram. Harga bawang bombay memiliki pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan komoditas bawang merah dengan koefisien sebesar 0,134. Koefisien positif menunjukkan bahwa harga bawang bombay memiliki pengaruh yang searah terhadap permintaan komoditas bawang merah.

Dari hasil yang didapat maka bawang bombay merupakan barang komplementer yaitu barang yang kegunaannya saling melengkapi satu sama lain. Pada masakan, banyak yang memadukan antara bawang merah sebagai bumbu masakan dengan bawang bombay sebagai hiasan atau tambahan untuk masakan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Utami *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa barang pelengkap adalah barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya.

Pendapatan Konsumen (X4)

Berdasarkan hasil uji statistik pada tingkat kepercayaan 95% tingkat signifikansi ($0,003 < \alpha = 0,05$) lihat Tabel 2. Hal ini berarti pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Novalita, *et al.*, (2013) bahwa pendapatan rumah tangga berpengaruh terhadap konsumsi suatu komoditi yang diminta. Menurut teori yang dikemukakan oleh Pracoyo (2006), hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan seseorang atau masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang. Dari hasil penelitian di lapangan semakin naik pendapatan konsumen maka semakin tinggi pula permintaan akan bawang merah. Hal ini terjadi karena masyarakat menstock bawang merah tersebut ketika pendapatannya sedang meningkat, ini terjadi karena kekhawatiran akan tingginya harga bawang merah pada waktu mendatang.

Tanggungjawab Keluarga (X5)

Berdasarkan hasil uji statistik pada tingkat kepercayaan 95% tingkat signifikansi ($0,024 < \alpha = 0,05$) lihat Tabel 2. Hal ini berarti jumlah tanggungan keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Arafah *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan bawang merah. Sukirno (2012) juga menyebutkan, jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang. Semakin banyak jumlah tanggungan maka jumlah permintaan akan semakin meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bawang merah merupakan salah satu bumbu dapur yang digunakan dalam setiap masakan, apabila jumlah anggota dalam suatu keluarga tersebut berjumlah besar maka besar juga konsumsi akan bawang merah tersebut.

Uji Faktor Dominan

Untuk melakukan uji faktor dominan atau untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat maka digunakan uji *Standardized Coefficient Beta* dengan melihat nilai *Standardized Coefficient Beta* yang paling besar (Widarjono, 2010). Terdapat empat variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram yaitu harga bawang merah, harga bawang putih, pendapatan konsumen, dan tanggungan keluarga. Variabel yang lebih dominan mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah pendapatan konsumen sebesar 0,723 karena memiliki nilai *Standardized Coefficient Beta* yang paling besar. Nilai koefisien Beta untuk harga bawang bombay diperoleh sebesar 0,079 maka dapat dikatakan bahwa faktor yang paling dominan terkecil mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah harga bawang bombay.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram adalah harga bawang merah, harga bawang putih, pendapatan konsumen dan tanggungan keluarga, hal ini menunjukkan bahwa komoditi bawang merah merupakan komoditi yang cukup krusial bagi masyarakat Kota Mataram. Sedangkan faktor yang tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan komoditas bawang merah adalah harga bawang bombay, karena bawang bombay bukan komoditi substitusi bagi bawang merah.
2. Berdasarkan hasil pengujian koefisien Beta, faktor yang paling dominan terbesar mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah pendapatan konsumen sebesar 0,723 dan yang paling dominan terkecil mempengaruhi permintaan komoditas bawang merah adalah tanggungan keluarga sebesar 0,079.

Saran

1. Diharapkan konsumen memiliki pengetahuan yang baik dalam membeli bawang merah dengan jumlah yang tepat untuk dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Kepada peneliti lain sekiranya dapat melanjutkan maupun mengkaji lebih dalam penelitian ini pada faktor-faktor yang belum diukur, seperti selera dan ramalan (*ekspetasi*) konsumsi bawang merah ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, S.N., Lubis, Y., & Saragih, H. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*. Medan.
- Ariawaty, R. N. (2018). Metode Kuantitatif Praktis. Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera.
- BPS. (2022). Badan Pusat Statistik Kota Mataram Dalam Angka. BPS Kota Mataram.
- Dahar, D. (2017). Analisis Permintaan Bawang Merah. *J Agropolitan*, 4(1),14-24.
- Gunistiyo. (2009). Identifikasi Faktor-faktor Utama yang Berpengaruh pada Usahatani Bawang Merah di Desa Sisalam Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Djalal, N. (2005). Penggunaan Teknik Ekonometri. Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Notoatmodjo. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Novalita., Purba, N., Tarigan, K., & Sihombing, L. (2013). Analisis Permintaan Bawang Merah (*Allium ascalonicum L*) di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
- Pracoyo, A. (2006). Aspek Dasar Ekonomi Mikro. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Rahayu, E & Berlian, V.A. (2016). Bawang Merah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sukirno, S. (2012). Pengantar Teori Mikro Ekonomi, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Soekartawi. (2014). Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis. Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Tetra, R. (2013). Analisa Permintaan Bawang Merah Lokal di Kota Banda Aceh. Skripsi. Universitas Syiah Kuala. Aceh Darussalam.
- Utami, T., Antriyandarti, E., & Khomah, I. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah (*Allium ascalanicum L.*) di Kabupaten Sukoharjo. *Paradigma Agribisnis*, 5(1).
- Widarjono, A. (2010). Analisis Statistika Multivariat Terapan. Penerbit UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.