

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

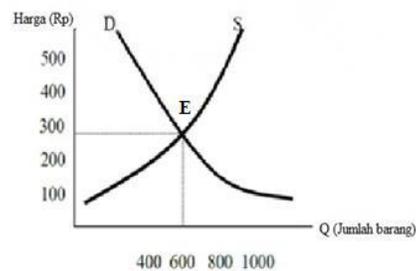
1. Konsep Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2010). Harga adalah apa yang harus di berikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk (Lamb et.al. 2001).

Salah satu gejala ekonomi yang sangat penting dan berhubungan dengan perilaku petani baik sebagai produsen maupun sebagai konsumen adalah harga (Mubyarto, 1994). Dalam arti yang paling sempit, harga (*price*) adalah jumlah uang yang akan di bebaskan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang di tukar oleh konsumen dan memiliki manfaat-manfaat atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 1999).

Harga memegang peranan penting dalam mengambil keputusan jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka panjang harga-harga itu hendaknya membeikan optimis untuk alokasi sumber daya dan kepuasan konsumen. Dalam jangka pendek, harga-harga itu harus memudahkan perdagangan dan arus peredaran yang tepat waktu (Kustiah, dkk, 1986).

Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang di perjual belikan maka perlu harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang di perjual belikan maka perlu dilakukan analisis permintaan dan penawaran atas suatu barang tertentu yang terdapat dipasar. Keadaan suatu pasar dikatakan seimbang apabila jumlah yang ditawarkan penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut. Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan adalah ditentukan dengan melihat keadaan *ekuilibrium* dalam suatu pasar. Keadaan *ekuilibrium* tersebut dapat ditunjukkan sebagai berikut : (Sukirno, 2005).



Gambar 1. Penentuan Harga Keseimbangan

Grafik di atas menggambarkan terjadinya harga keseimbangan sebagai akibat dari perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran. Apabila harga berada di atas harga keseimbangan maka jumlah barang ditawarkan lebih besar dari pada jumlah yang diminta, barang-barang tidak laku dan menumpuk sehingga terpaksa harga diturunkan. Sebaliknya kalau harga berada dibawah harga keseimbangan maka jumlah barang yang

ditawarkan lebih sedikit dari pada jumlah barang yang diminta sehingga pembeli saling berebut, persediaan barang segera menipis dan harga naik lagi (Mubyarto, 1989).

Harga yang terjadi di pasar merupakan perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Tetapi dalam kenyataan terdapat harga pada tingkat petani dan konsumen disamping harga pedagang pembentukan harga yang terjadi pada tingkat harga pedagang besar karena hanya pada tingkat ini terdapat persaingan yang agak sempurna dan pada umumnya penjual dan pembeli memiliki pengetahuan yang baik tentang situasi pasar pada suatu waktu tertentu. Harga eceran dan harga pada tingkat petani tinggal memperhitungkan dari harga pedagang besar yaitu dengan menambah dan mengurangi dengan apa yang disebut margin pemasaran (Mubyarto, 1989).

Menurut Winardi (1981) harga jual tidak dapat disamakan dengan harga pokok. Jika harga jual adalah nilai barang dan jasa untuk dijual atau dipertukarkan dengan sejumlah uang kepada konsumen, maka harga pokok adalah jumlah dari pengorbanan-pengorbanan yang dinyatakan berupa uang (atau jumlah biaya-biaya) yang perlu guna mencapai, mempertahankan atau menjual benda-benda ekonomi.

Kadariah (1994) harga adalah tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain. Selanjutnya dikatakan bahwa suatu barang mempunyai harga karena barang itu berguna dan langka, artinya jumlah yang tersedia kurang dibandingkan dengan jumlah yang diperlukan dan jika salah satu barang dari syarat yang dipenuhi maka barang tersebut tidak mempunyai harga. Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang diperdagangkan. Harga dapat terjadi bila kekuatan tarik menarik antara produsen dan konsumen bertemu dipasar.

Mubyarto (1989) menjelaskan bahwa salah satu gejala ekonomi yang paling penting berhubungan dengan perilaku petani baik sebagai produsen maupun konsumen

adalah harga atau nilai tukar dari barang dan jasa. Selanjutnya Stanton (1988) mengemukakan bahwa harga adalah alat ukur yang dinyatakan dalam bentuk uang dimana seorang pembeli atau konsumen dapat memperoleh suatu barang dan jasa setelah bersedia melepaskan sejumlah uang sesuai dengan kesepakatan.

Secara konseptual pasar merupakan kelembagaan yang otonom. Dalam bentuk yang ideal, maka mekanisme pasar di yakini akan mampu mengatasi persoalan-persoalan ekonomi dengan pengawasan politik dan sosial yang minimal dari pemerintah dan komunitas. Pasar tak lagi bermakna sebagai tempat atau lokasi belaka, namun sudah meluas sebagai bagian penentu aspek moral kehidupan kolektif di tingkat desa hingga nasional. Dalam kehidupan sektor pertanian, dimana mereka seakan-akan membangun dunia sendiri, misal timbulnya pedagang kaki tangan dan pedagang (Syahyuti, 2004).

Nitisemeto (1981) mengemukakan bahwa salah satu untuk bersaing adalah harga. Penentuan harga dilakukan dengan memperhatikan beberapa faktor seperti harga pokok, politik harga serta penawaran dan permintaan. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia untuk melepaskan barang dan jasa yang dimilikinya adalah jumlah uang yang dinyatakan dengan nilai tukar satuan benda tertentu.

Dapat pula dilihat bahwa besarnya nilai tukar yang dibayarkan untuk memperoleh suatu barang banyak di tentukan persetujuan antara penjual dan pembeli. Dengan kata lain tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Suatu barang mempunyai harga karena barang itu berguna dan jumlahnya terbatas sehingga disebut sebagai barang ekonomis. Harga merupakan persoalan yang penting karena bukan hanya menyangkut penjual, melainkan juga dipengaruhi oleh pembeli yaitu *buying decision* dari pembeli. Dalam menetapkan harga juga harus mengetahui bagaimana reaksi konsumen

terhadap harga tertentu, karena harga sering dijadikan indikator bagi konsumen (Assauri, 1990).

2. Pengertian Beras

Beras adalah gabah yang bagian kulitnya sudah dibuang dengan cara digiling dan disosoh menggunakan alat pengupas dan penggiling serta alat penyosoh (Astawan, 2004). Menurut Sediaoetama (1999) beras merupakan makanan pokok bagi sebagian terbesar rakyat Indonesia. Beras adalah butir padi yang telah dibuang kulit luarnya (sekamnya) yang menjadi dasar dedak kasar. Dedak halus berasal dari lapisan-lapisan permukaan biji beras, misalnya lapisan aleuron, lembaga dan beberapa sel biji yang terlepas waktu proses penggilingan. Bila dedak kasar tidak dikonsumsi oleh manusia maka dedak halus masih dapat dijadikan bahan makanan untuk dikonsumsi. Dedak kasar biasanya masih dapat dimanfaatkan untuk bahan bakar atau digunakan sebagai campuran pakan ternak dan unggas atau ikan. Beras merupakan salah satu komoditas penting dalam sendi kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang sangat penting karena lebih dari 90% masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras. Posisi komoditas beras bagi sebagian besar penduduk Indonesia adalah sebagai makanan pokok karena hampir seluruh produk Indonesia membutuhkan beras sebagai bahan makanan utamanya disamping merupakan sumber nutrisi penting dalam struktur pangan, sehingga aspek penyediaan menjadi hal yang sangat penting mengingat jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar. Pengenalan komoditi beras kepada masyarakat bukan mengkonsumsi nasi telah mengakibatkan permintaan beras mengalami peningkatan sepanjang tahun. Masyarakat papua yang sebelumnya adalah

pengonsumsi sugu sebagai makanan utama, saat ini telah terbiasa dengan konsumsi nasi dalam keseharian mereka, begitu juga dengan masyarakat di Kabupaten Gunung Kidul.

Masyarakat Indonesia sebagian besar mengonsumsi pangan seperti jagung, ubi kayu, sugu, ubi jalar dan kentang, secara psikologis dan kultural sebenarnya masih menikmati dan ingin meneruskan mengonsumsi jenis makanan tersebut, namun mengalami perubahan terdorong oleh pergeseran status sosial dan status bahan pangan yang menuju kepada pemilihan bahan pangan beras. Keadaan yang demikian mengakibatkan bertambahnya permintaan terhadap beras dan menurunnya permintaan dan konsumsi bahan pangan karbohidrat seperti jagung, ubi jalar, sugu, ubi kayu dan kentang (Nani dan Yati, 2001). Dengan perubahan zaman maka masyarakat lebih meminati mengonsumsi beras seperti beras putih dan beras merah.

a. Beras putih

Beras putih adalah salah satu jenis makanan pokok yang dikonsumsi oleh mayoritas masyarakat Indonesia dan sekitar 50% penduduk dunia. “*Rice*” (Nasi) yang merupakan nama internasional yang diambil dari bahasa Inggris sebenarnya diadopsi dari bahasa Perancis yaitu “*Riz*” yang merupakan turunan bahasa Latin “*Oriza*”. Sedangkan menurut kamus Indonesia nasi adalah makanan pokok yang berhubungan dengan beras dan padi. Istilah nama “padi” lebih mengarah ke arah tanaman dengan nama ilmiah *Oryza* sedangkan kata “beras” digunakan untuk padi yang kulitnya telah dikupas, sedangkan kata “nasi” digunakan untuk beras yang telah dimasak. Beberapa variasi tersebut tersebar diseluruh dunia adalah beras merah, beras hitam, beras ketan dan beras putih yang jenisnya paling banyak dikonsumsi sebagai makanan pokok sehari-hari oleh masyarakat Indonesia (WHO, 2016).

b. Beras merah

3. Beras merah merupakan beras dengan warna merah dikarenakan beras merah aleuronnya mengandung gen yang diduga memproduksi senyawa antosianin atau senyawa lain sehingga dapat menyebabkan adanya warna merah atau ungu. Kadar karbohidrat pada beras merah tetap memiliki kandungan komposisi dengan jumlah yang banyak dari pada dengan beras putih biasa. Protein dan lemak merupakan komposisi kedua yang dimiliki oleh kandungan beras merah. Karbohidrat utama dalam beras adalah pati sehingga pati ini mempunyai sebagian kecil pentonas, selulosa, hemiselulosa, dan gula. Jumlah kandungan pati berkisar antara 85-10% dari berat kering beras. Protein beras terdiri dari 5% fraksi albumin, 10% globulin, 5% prolamin, dan 80% glutein. Dan kandungan lemak yang terdapat di beras merah berkisar antara 0.3-0.6% pada beras kering giling dan 2.4-3.9% pada beras pecah kulit (Indrasari dan Adnyana, 2006). **Teori Permintaan**

Teori permintaan adalah teori yang menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan suatu barang pada tingkat harga tertentu membuat konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya, semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan suatu barang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah permintaan barang tersebut (catteries paribus) (Wilson, 2007).

Menurut Gilarso (2007), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli konsumen, pada berbagai tingkat harga, selama jangka waktu tertentu.

a. Hukum Permintaan

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu “Semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah barang yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka jumlah yang diminta semakin banyak (*ceteris paribus*) (Ari Sudarman dalam buku mikro-makro).

b. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Danniell (2004), permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementer, selera, jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan.

1) Harga

Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif. Artinya bila yang satu naik maka yang lainnya akan turun dan begitu juga sebaliknya. Semua ini berlaku dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap tetap.

2) Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplementer, dan independen. Salah satu contoh barang substitusi, bila harga kopi naik, biasanya permintaan teh akan naik. Barang komplementer contohnya roti dengan keju. Apabila keduanya dipakai secara bersamaan sehingga dengan demikian bila salah satu dari harga barang tersebut naik, pada umumnya akan mempengaruhi banyaknya konsumsi barang komplementernya. Barang independen adalah barang yang tidak dipengaruhi oleh harga barang yang lain.

3) Selera

Selera merupakan variabel yang mempengaruhi besar kecilnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umum konsumen, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

4) Jumlah penduduk

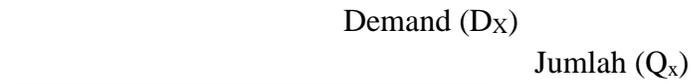
Semakin banyaknya jumlah penduduk makin besar pula barang yang dikonsumsi dan semakin naik permintaannya. Penambahan jumlah penduduk mengartikan adanya perubahan struktur umur. Dengan demikian, bertambahnya jumlah penduduk adalah tidak proporsional dengan penambahan jumlah barang yang dikonsumsi.

5) Tingkat pendapatan

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

c. Kurva Permintaan

Menurut Haryati (2007), kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteri paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Harga (P_x)



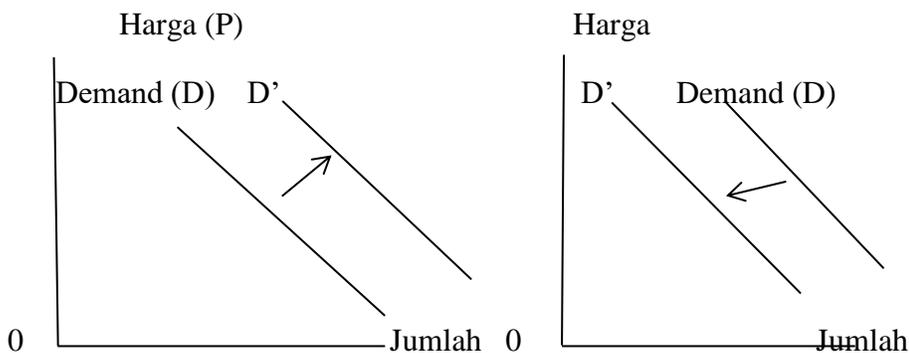
Gambar 2.2 Kurva Permintaan

Ket : P_x = Harga barang yang diminta

Q_x = Jumlah yang diminta

Sumber : Haryati, (2007)

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, kita harus dapat membedakan jumlah yang diminta dan permintaan. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser kekanan dan kekiri. Pergeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.



Gambar 2.3 Kurva Pergeseran Permintaan

Sumber : Haryati, (2007)

Perubahan harga barang lain berpengaruh pada pergeseran kurva permintaan. Kenaikan harga barang substitusi (yang bersifat saling menggantikan) menggeser kurva permintaan komoditi ke kanan, lebih banyak yang dibeli pada setiap tingkat harga. Kenaikan harga barang komplementernya (komoditi yang digunakan secara

bersama-sama) akan menggeser kurva permintaan ke kiri. Pertumbuhan jumlah populasi atau penduduk menciptakan permintaan baru. Penduduk yang bertambah ini harus memiliki daya beli sebelum permintaan berubah. Peningkatan orang berusia kerja, tentunya akan menciptakan pendapatan baru. Jika ini terjadi, permintaan untuk semua komoditi yang dibeli oleh penghasil pendapatan baru akan meningkat. Kenaikan jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan untuk komoditi ke arah kanan, yang menunjukkan bahwa akan lebih banyak komoditi yang dibeli pada setiap tingkat harga (Haryati, 2007).

Menurut Tyas, dkk (2015) elastis permintaan dapat dibedakan menjadi:

1) Elastisitas harga permintaan

Elastisitas permintaan terhadap harga adalah presentase perubahan jumlah harga yang diminta dibagi dengan perubahan harga barang tersebut. Elastisitas permintaan terhadap harga juga diartikan sebagai ukuran kepekaan perubahan jumlah komoditas yang diminta terhadap perubahan harga komoditas tersebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Permintaan komoditas dikatakan elastis apabila jumlah komoditas yang diminta peka terhadap perubahan harga, sebaliknya permintaan komoditas dikatakan inelastis apabila jumlah komoditas yang diminta tidak peka terhadap perubahan harga. Nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah diminta dengan persentase perubahan harga disebut koefisien elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan yang digambarkan dengan angka negatif menunjukkan adanya hubungan negatif antara perubahan harga dengan permintaan. Secara matematis, elastisitas permintaan terhadap harga dapat dihitung dengan rumus:

$$E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\% \Delta Q_x / Q}{\% \Delta P_x / p} = \frac{P_x}{Q_x} \times \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x}$$

2) Elastisitas permintaan silang

Elastisitas silang adalah perbandingan antara persentase perubahan dalam jumlah barang yang diminta dan persentase perubahan harga barang lain. Tanggapan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang lain yang mempunyai hubungan dengan barang tersebut ditunjukkan oleh elastisitas permintaan silang. Apabila perubahan harga barang Y menyebabkan permintaan barang X berubah, maka sifat penghubung diantara keduanya digambarkan oleh elastisitas silang. Barang-barang yang mempunyai hubungan ini dapat bersifat barang pengganti ataupun barang pelengkap. Menurut Suparmako (1998) apabila koefisien elastisitas silangnya bernilai positif, maka barang-barang tersebut sifatnya sebagai barang pengganti. Apabila koefisien elastisitas silangnya bernilai negatif, maka barang-barang tersebut sifatnya saling melengkapi. Secara matematis, elastisitas permintaan silang dapat dihitung dengan rumus :

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x} = \frac{\% \Delta Q_x / Q_x}{\% \Delta P_x / p_y} = \frac{P_y}{Q_x} \times \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y}$$

3) Elastisitas permintaan terhadap pendapatan

Elastisitas pendapatan adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan pendapatan. Secara matematis, elastisitas pendapatan dapat dihitung dengan rumus :

$$E_i = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} = \frac{\% \Delta Q_x / Q}{\% \Delta I / I} = \frac{I}{Q} \times \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I}$$

Apabila persentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan tingkat penghasilan konsumen sehingga koefisien positif dan lebih besar dari satu, maka barang tersebut disebut barang mewah. Apabila koefisien elastisitas pendapatan bernilai positif tetapi lebih kecil dari satu, artinya peningkatan jumlah barang yang diminta sebagai akibat meingkatnya

pendapatan konsumen lebih kecil dari proporsionalnya, maka barang tersebut merupakan barang pokok. Apabila barang tersebut merupakan barang inferior, pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan pendapatan. Artinya bila pendapatan konsumen meningkat, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang tersebut (Suparmoko, 1998). Dengan kata lain, elastisitas permintaan terhadap pendapatan dapat dibedakan menjadi barang inferior, barang normal, barang netral, dan barang superior.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Baso Asdar (2011) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Beras Lokal di Kota Kendari” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran beras lokal adalah luas panen, harga beras local, harga jagung, harga ubi kayu, dan harga sagu dapat dijelaskan variasi penawaran beras local sebesar 84,6%, secara simultan luas panen, harga beras lokal, harga jagung, harga ubi kayu dan harga sagu secara beresama-sama mempengaruhi penawaran beras lokal di Kota Kendari.

Tria rosana dewi (2009) melakukan penelitian tentang analisis permintaan cabai merah. Hasil penelitian menunjukkan permintaan cabe merah yang relative berfluktuatif dapat disebabkan oleh factor ekonomi dan faktor sosial. Dimana faktor ekonomi yang mempengaruhi adalah harga (harga cabai merah itu sendiri dan harga barang lain yang dapat jadi pengganti dan penggenapnya) dan pendapatan. Sedangkan factor sosial yang mempengaruhi permintaan adalah jumlah penduduk.

Hendrik Mulyo (2011) melakukan penelitian tentang permintaan beras di Kabupaten Klaten. Hasil penelitiannya menunjukkan selain 4 variabel lain jumlah penduduk juga mempengaruhi permintaan beras di Kabupaten Klaten. Dengan signifikansi 0,03 dibawah

standar koefisien 0,05 yg menjelaskan jumlah penduduk mempengaruhi permintaan beras di Kabupaten Klaten. Hal ini menunjukkan jika jumlah penduduk naik maka jumlah beras yang akan ikut diminta akan ikut mengalami peningkatan.

Fajarnia (2008) melakukan penelitian tentang analisis permintaan bawang merah pada rumah makan di Kota Bau-Bau, dengan menggunakan regresi non linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi permintaan bawang merah pada rumah makan di Kota Bau-Bau secara simultan dipengaruhi oleh faktor harga bawang merah, pendapatan rumah makan dan jumlah pelanggan dimana secara statistic faktor-faktor tersebut masing-masing berpengaruh nyata pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Secara sendiri-sendiri (parsial), variabel harga bawang merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan bawang merah, sedangkan pendapatan dan jumlah pelanggan berpengaruh nyata terhadap bawang merah pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$).

Irianti (2007) melakukan penelitian tentang permintaan sayur kacang panjang dengan menggunakan model Coob Douglas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga sayur kacang panjang dan tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan sayur kacang panjang oleh konsumen rumah tangga. Sedangkan harga sayur bayam, harga sayur kangkung, dan pendapatan konsumen tidak berpengaruh terhadap permintaan sayur kacang panjang oleh konsumen rumah tangga.

C. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel harga nasi merah

H_0 = variabel harga nasi merah tidak berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

H_a = variabel harga nasi merah berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

2. Variabel harga lauk daging

H_0 = variabel harga lauk daging tidak berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

Ha = variabel harga lauk daging berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

3. Variabel harga lauk ayam

H0 = variabel harga lauk ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

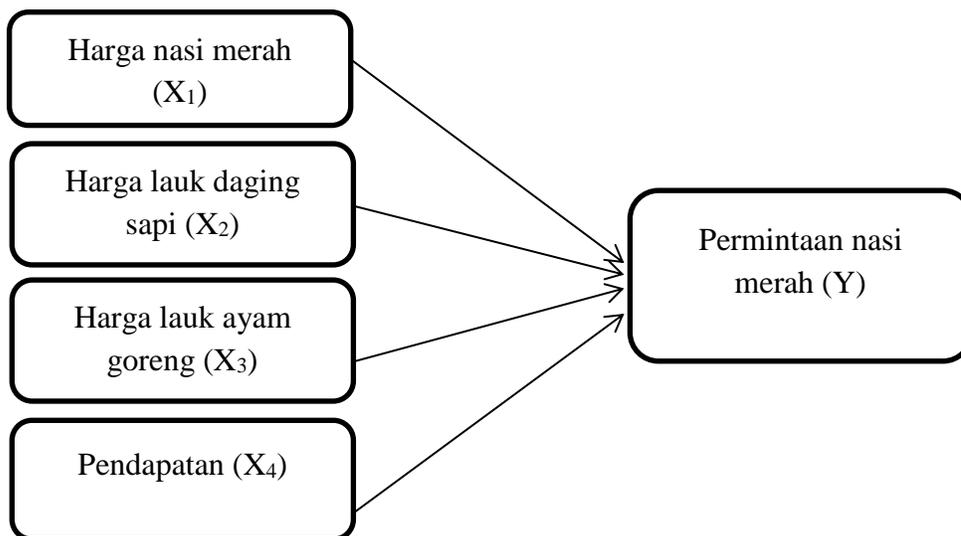
Ha = variabel harga lauk ayam berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

4. Variabel pendapatan

H0 = variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

Ha = variabel pendapatan berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.

D. Model Penelitian



Gambar 2.4 Model Penelitian

Dari skema diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independenya (bebas). Dalam hal ini variabel dependen dalam penelitian adalah permintaan nasi merah (Y).
2. Variabel bebas (independen)

adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Model penelitian diatas menunjukkan bahwa Harga nasi merah (X_1), Harga lauk daging (X_2), Harga lauk ayam (X_3) dan Pendapatan (X_4) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap permintaan nasi merah.