

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Hamidah dkk., (2020) pada studi yang berjudul “Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatera Barat”, tujuan studi ini yakni guna mengkaji aspek-aspek dimana menstimulasi kebutuhan cabai merah besar di Kota Padang dengan menggunakan pendekatan penelitian analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisa menampilkan jika harga cabai merah besar, cabai merah keriting, dan bawang merah berpengaruh signifikan dan positif atas kebutuhan cabai merah besar di Kota Padang. Walaupun, penghasilan per kapita Kota Padang tidak berpengaruh atas kebutuhan cabai merah besar di daerah yang sama. Persamaan dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis permintaan, dengan perbedaan bahwa penelitian sebelumnya berfokus pada cabai merah, tetapi penelitian saat ini berfokus pada bawang merah. Selain itu koordinat geografis dan tahun penelitian.

Amiruddin dan Anwar, (2023) dalam penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Komoditas Bawang Merah di Kota Mataram" bermaksud untuk mengkaji indikator-indikator yang memicu permintaan komoditas bawang merah di Kota Mataram. Analisis regresi linier berganda merupakan pendekatan penelitian yang diterapkan dalam studi ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, permintaan komoditas bawang merah dipicu oleh berbagai aspek contohnya, harga bawang putih dan bawang merah, serta pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan dalam rumah tangga. Di sisi lain, harga bawang merah tampaknya tidak terlalu mempengaruhi permintaan. Berdasarkan koefisien Beta, komponen utama yang paling berpengaruh terhadap kebutuhan komoditas bawang merah yakni penghasilan konsumen, dengan nilai koefisien senilai 0,723. Sedangkan unsur dimana memiliki dampak terkecil terhadap permintaan komoditas bawang merah yakni beban keluarga, dengan koefisien senilai 0,079. Persamaan yang disajikan pada riset ini relevan dengan

permintaan bawang merah, yang menjadi perbedaannya pada penelitian terdahulu ada membahas selain bawang merah yaitu bawang putih dan bawang bombai.

Saumyamala dkk., (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Modelling Open Market Retail Price of Red Onions in Colombo using ARIMA-GARCH Mixed Model”, bertujuan untuk menemukan model deret waktu yang lebih akurat guna memprediksi harga bawang merah di masa mendatang. Riset ini menggunakan metode penelitian ARIMA dan GRACH, serta Keakuratan peramalan model diukur menggunakan “Root Mean Squared Error (RMSE) dan Mean Absolute Error (MAE)”. Temuan penelitian Studi ini mempertimbangkan harga eceran rata-rata mingguan bawang merah di pasar utama Kolombo dari Januari 2014 hingga April 2019. Beberapa model dipasang dan berdasarkan kriteria pemilihan model, ARIMA(1, 1, 1) diidentifikasi sebagai model terbaik. Karena residu model bersifat heteroskedastik, maka model ARCH(9) dan GARCH(9,1) dipasang. Dari hasil penelitian, model “ARIMA (1,1,1)-GARCH (9,1)” memiliki nilai RMSE dan MAE minimum pada kedua jenis teknik peramalan tersebut. Oleh karena itu, model ARIMA (1,1,1) – GARCH (9,1) terpilih sebagai model terbaik dengan akurasi tertinggi untuk meramalkan harga eceran bawang merah di Kolombo, Sri Lanka. Jika dibandingkan dengan norma, akurasi peramalan yang dicapai dari model time series belum berada pada tingkat yang memuaskan. Persamaan pada studi ini berkaitan dengan peramalan bawang merah, perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan metode ARIMA-GARCH sementara pada studi ini menerapkan pendekatan MAPE.

Taufiq dkk., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Demand and supply of shallot in North Sumatera Province*, bertujuan untuk melihat aspek-aspek apapun memicu Komoditas Bawang Merah di Provinsi Sumatera utara dengan menggunakan metode penelitian analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil tersebut, permintaan bawang merah di Provinsi Sumatera Utara sangat sensitif terhadap harga dan kepadatan penduduk. Pasokan bawang merah di Sumatera Utara dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk luas panen, harga pupuk, dan harga bawang merah itu sendiri. Harga bawang merah di Provinsi

Sumatera Utara sangat sensitif terhadap perubahan pendapatan per kapita dan harga pupuk. Kedua pembicaraan dalam penelitian ini menunjukkan kesamaan permintaan bawang merah, sedangkan pembeda pada studi yakni pada pendekatan yang diterapkan, tempat penelitian dan waktu penelitian.

Al Rosyid dkk., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Tujuan dari penelitian ini adalah memanfaatkan “Model Box Jenkins (ARIMA)” untuk meramalkan tarif bawang merah di Provinsi Jawa Tengah. Metode penelitian dimana diterapkan yakni ARIMA. Berdasarkan hasil proyeksi, terlihat bahwa harga bawang merah di Provinsi Jawa Tengah diperkirakan akan mengalami kenaikan pada tahun 2020 hingga 2022, yaitu pada bulan April. Kondisi ini mengindikasikan bahwa harga bawang merah di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan kenaikan harga konsumen yang konsisten setiap tahunnya. Keadaan ini terjadi akibat melonjaknya kebutuhan bawang merah di Provinsi Jawa Tengah, maupun lokasi lainnya, yang belum dapat dipenuhi oleh output bawang merah yang mencukupi. Penerapan metode dinamis dalam meramalkan harga konsumen bawang merah di Provinsi Jawa Tengah hingga April 2022 menunjukkan adanya tren kenaikan yang konsisten pada data harga konsumen. Pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan kesamaan berkenaan peramalan bawang merah sedangkan perbedaan pada metodologi analisis yang digunakan pada riset ini membedakannya dengan studi sebelumnya. Jika penelitian sebelumnya menggunakan metode analisis ARIMA, penelitian ini menggunakan metode MAPE.

Pranata dan Umam, (2015) pada studinya yang berjudul “Pengaruh Harga Bawang Merah Terhadap Produksi Bawang Merah di Jawa Tengah”, bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap produksi bawang merah dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (OLS). Nilai F hitung senilai 7.594314 dan probabilitas senilai 0.007849 yang lebih kecil dari ambang batas yang ditentukan yaitu 0.05, menampilkan jika aspek-aspek independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sesuai dengan hasil uji signifikansi (uji F). Hasil uji model secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap

variabel produksi, dengan probabilitas sebesar  $0,0078 < \alpha (0,05)$ . Lebih lanjut, variabel harga memiliki pengaruh negatif, yang dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar -3148,617. Hasil analisis menghasilkan nilai koefisien determinasi atau yang sering dikenal dengan istilah R-square, dengan nilai sebesar 0.117569. Variabel harga bawang merah menyumbang 11,76% terhadap perubahan produksi bawang merah, disisilain sisanya senilai 88,24% diakibatkan oleh variabel lain dimana tidak dimasukkan pada persamaan. Persamaan dalam studi ini berkaitan dengan pembahasan bawang merah, namun perbedaannya terletak pada fakta bahwa penelitian sebelumnya berfokus pada dampak harga bawang merah terhadap produksi bawang merah. Penelitian ini berfokus pada prediksi permintaan bawang merah..

Darekar, (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Onion Price Forecasting in Kolhapur Market of Western Maharashtra Using Arima Technique”, bertujuan untuk memperkirakan harga bawang merah serta juga kebutuhan bawang merah di tahun-tahun mendatang di pasar Kolhapur Maharashtra Barat dengan menggunakan metode ARIMA. Temuan dari studi ini menyatakan jika harga bawang menunjukkan tren peningkatan dalam beberapa bulan mendatang. Harga bawang merah di pasaran selama tahun 2014 akan tinggi pada bulan Januari dan terendah selama bulan Desember. Pada tahun 2015 harga akan tinggi pada bulan Agustus dan terendah selama bulan September. Berdasarkan pembahasan di atas, terlihat jelas bahwa peramalan harga bawang merah di masa depan dapat membantu petani dalam menentukan alokasi lahan untuk bawang merah dan pemasarannya. Selain itu, petani juga dapat mengambil keputusan untuk memasarkan bawang merah yang disimpan segera atau setelah beberapa bulan. Keterbatasan model ARIMA adalah memerlukan data deret waktu yang panjang. Meskipun demikian, model yang ini telah berhasil digunakan untuk peramalan di masa depan. Pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan kesamaan berkenaan peramalan bawang merah, dibandingkan dengan penelitian lain, penelitian ini menggunakan jenis analisis yang lain. Jika penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis ARIMA, penelitian ini menggunakan teknik MAPE.

Amir dkk., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Statistical Modeling and Forecasting for Onion Production of Pakistan*, bertujuan untuk mencari satu model terbaik berdasarkan kriteria pemilihan model dengan menggunakan metode penelitian ARIMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pergerakan terintegrasi autoregresif [ARIMA (2,1,2)] adalah model terbaik untuk memperkirakan produksi bawang merah di Pakistan. Namun ARIMA (2,1,2) memiliki beberapa keunggulan dibandingkan model lainnya. Ini menggabungkan nilai waktu saat ini serta nilai waktu sebelumnya dan mengurangi pengaruh fluktuasi tidak teratur dalam data terhadap nilai perkiraan. Berdasarkan model ARIMA (2,1,2), kami mengamati bahwa produksi bawang merah Pakistan diperkirakan sebesar 1.854,38 ribu ton pada tahun 2030 bahwa rata-rata pergerakan terintegrasi autoregresif ARIMA adalah model yang terbaik untuk meramalkan produksi bawang merah Pakistan. Dimana model ARIMA mengamati bahwa produksi bawang merah di Pakistan diperkirakan sebesar 1.854,38 ribu ton pada tahun 2030. Pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan kesamaan berkenaan peramalan bawang merah dibandingkan dengan penelitian lain, penelitian ini menggunakan jenis analisis yang lain. Jika studi sebelumnya menggunakan metode analisis ARIMA, studi ini menggunakan metode MAPE.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Bawang Merah**

Bawang merah salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Bawang merah merupakan salah satu sayuran rempah yang banyak digunakan sebagai penyedap, pengharum maupun penambah gizi (Ibrahim dkk., 2014). Demikian pula dengan industri obat-obatan yang membutuhkan bawang untuk campuran obat-obatan. Bawang merah disebut umbi lapis dengan aroma yang dapat merangsang keluarnya air mata karena kandungan minyak eteris alliin. Batangnya berbentuk cakram yang tumbuh tunas dan akar serabut. Bunga bawang merah berbentuk bongkol dengan tangkai panjang yang berlubang di dalamnya. Bawang merah berbunga sempurna dengan

ukuran buah yang kecil dengan tiga ruangan dan tidak berdaging (Syahbanuari dkk., 2020).

Sihombing dan Simanjuntak, (2022) bawang merah merupakan komoditas yang diusahakan petani dari dataran rendah sampai dataran tinggi. Bawang merah menghendaki suhu udara berkisar antara 25°C sampai 30°C, tempat terbuka tidak berkabut, intensitas sinar matahari penuh, tanah gembur, subur cukup mengandung organik akan menghasilkan pertumbuhan dan produksi terbaik.

### **2.2.2 Teori Permintaan**

Permintaan adalah kemauan untuk memperoleh produk dan layanan pada tarif serta periode spesifik, disertai dengan kemampuan untuk mendapatkannya. Setiap orang dapat menginginkan apa pun yang mereka inginkan, tetapi keinginan hanya akan tetap menjadi keinginan jika tidak disertai dengan kemauan dan kemampuan untuk mendapatkannya. Oleh karena itu, harga tidak dipengaruhi oleh keinginan.

Menurut ilmu ekonomi istilah permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antar jumlah suatu barang atau jasa yang akan dibeli orang dan harga barang atau jasa tersebut. Hukum permintaan menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut atau *ceteris paribus* (Haryanti, 2019). Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan (Haryanti, 2019).

Menurut Prawoto, (2003) Hukum permintaan menyatakan semakin rendah harga suatu barang, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit pula permintaan terhadap barang. Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat *negative* antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik maka barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi: “Semakin turun tingkat harga,

maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta”.

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

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

1. Pengaruh penghasilan (*Income Effect*)

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

2. Pengaruh Substitusi (*Substitution Effect*)

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

3. Perhargaan Subjektif (*Marginal Utility*)

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

### 2.2.3 Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan. Fungsi permintaan adalah suatu kajian matematis yang digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dan harga. Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan yaitu apabila harga suatu barang naik maka permintaan akan barang tersebut juga menurun, dan sebaliknya apabila harga barang turun maka permintaan akan barang tersebut meningkat. Jadi hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan yang timbal balik, sehingga gradien dan fungsi permintaan (b) akan selalu negatif.

Bentuk umum dan fungsi permintaan adalah sebagai berikut:

$$P = a - bQ \text{ atau } Q = a - bP$$

Dimana:

Qd = jumlah barang yang diminta (Quantity demanded)

a = konstanta

b = koefisien pengarah atau kemiringan (slope/gradient)

P = tingkat harga

### 2.2.4 Macam-Macam Permintaan

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

#### 1. Permintaan menurut daya beli

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

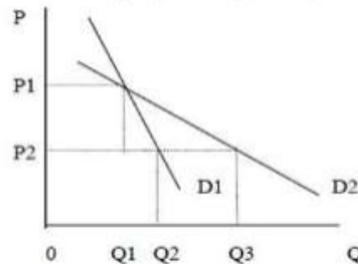
- a. Permintaan Effect merupakan permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada jenis permintaan seorang konsumen memang membutuhkan barang itu dan ia mampu membayarnya.
- b. Permintaan potensial adalah permintaan masyarakat terhadap barang atau jasa sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut.
- c. Permintaan absolute adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolute

ini konsumen tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan.

2. Permintaan menurut jumlah dan subjek pendukungnya

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

**2.2.5 Kurva Permintaan**



**Gambar 1. Kurva Permintaan**

Menurut Sudarman, (2004) kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini disebut dengan kesediaan maksimum konsumen mau bayar atau *willingness to pay*.

**2.2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah**

Imran, (2022) mengemukakan bahwa hukum permintaan yang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri adalah menyesatkan, karena hanya memusatkan pada harganya saja sebagai satu-satunya penentu permintaan (*ceteris*

paribus). Permintaan adalah hubungan yang multivariate, yaitu ditentukan oleh banyak faktor secara serentak. Berikut ini adalah beberapa faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan.

#### 1. Harga Barang Itu Sendiri

Hukum permintaan pada dasarnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: “Semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut” (*ceteris paribus*). Harga barang yang lebih murah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi, selain itu turunnya atau lebih murah nya harga suatu barang akan menyebabkan pendapatan riil pembeli bertambah.

#### 2. Harga barang lain

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli (P), harga barang pengganti (*price of substitution product*) maupun harga pelengkap (*price of complementary product*). Konsumen akan membatasi pembelian jumlah barang yang diinginkan apabila harga barang terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembeliannya kepada barang pengganti (barang substitusi) yang lebih murah harganya. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak barang utamanya, bila permintaan barang utama meningkat, maka permintaan akan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya.

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan:

##### a. Barang lain merupakan barang pengganti

Suatu barang dinamakan sebagai barang pengganti kepada barang lain apabila dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti bertambah murah maka, barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaannya.

Oleh sebab itu, barang pengganti ini sering kita sebut dengan barang substitusi.

b. Barang lain merupakan barang pelengkap.

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

c. Kedua barang itu tidak memiliki keterkaitan sama sekali antar satu dengan yang lain.

Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang penting, maka perubahan terhadap permintaan salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya. Barang seperti itu dinamakan barang netral.

3. Pendapatan rata-rata masyarakat (Pendapatan PerKapita)

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan terhadap berbagai barang. Kosumen tidak akan dapat melakukan pembelian barang kebutuhan apabila pendapatan tidak ada atau tidak memadai. Dengan demikian, maka perubahan pendapatan akan mendorong konsumen untuk mengubah permintaan akan barang kebutuhannya. Berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan:

a. Barang *inferior*, adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah tinggi, maka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Masyarakat yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

- b. Barang esensial, adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan dan pakaian yang utama. Belanja seperti ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.
- c. Barang normal, adalah barang yang apabila terjadi kenaikan pendapatan maka barang ini juga akan mengalami kenaikan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang ini permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan masyarakat bertambah, yaitu:
  - 1) Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang, dan
  - 2) Pertambahan pendapatan memungkinkan masyarakat menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya menjadi barang-barang yang lebih baik mutunya
- d. Barang mewah, adalah barang yang akan dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi. Biasanya barang-barang mewah (emas, permata, mobil) tersebut baru bisa dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang pokok

#### 4. Jumlah penduduk

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

Hukum permintaan adalah hukum yang menerangkan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara fase harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan jika harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang

tersebut. Sebaliknya, apabila semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Pada hukum permintaan berlaku asumsi ceteris paribus. Artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika situasi atau faktor-faktor selain dan tidak bisa berubah (dianggap tetap).

Ada banyak faktor yang dapat menyebabkan naik turunnya permintaan. Salah satunya adalah faktor harga, bila harga suatu barang atau jasa naik maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut cenderung turun. Mengapa demikian?, karena umumnya orang tidak suka membeli sesuatu yang harganya berubah menjadi mahal. Tetapi sebaliknya, bila harga suatu barang atau jasa turun maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut cenderung akan meningkat, karena orang lebih suka membeli sesuatu dengan harga yang lebih murah. Ada banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi naik turunnya permintaan atas suatu komoditas, yaitu:

a. Faktor harga barang atau jasa yang dibutuhkan

Bila harga suatu barang atau jasa naik maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan turun. Sebaliknya, bila harga turun maka permintaan akan naik.

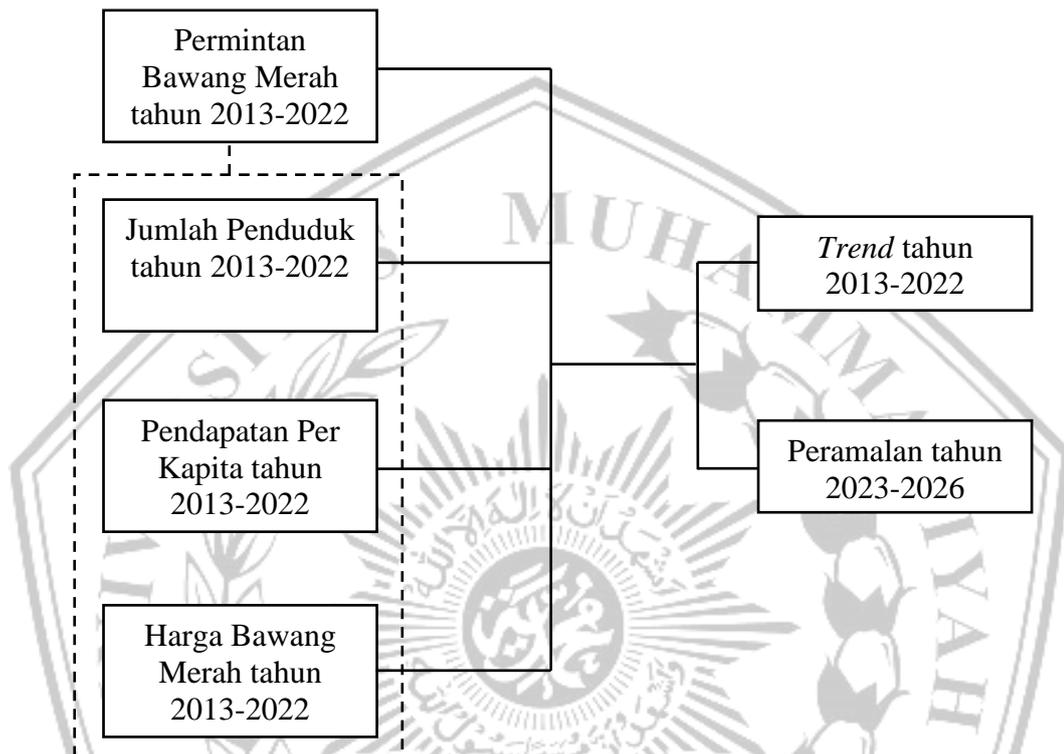
b. Faktor pendapatan

Bila pendapatan pembeli/konsumen meningkat maka permintaan terhadap barang atau jasa pun akan berkurang. Faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran permintaan diantaranya adalah perubahan pendapatan, selera, harga barang lain dan jumlah populasi (Suryanto dan Muqtadir, 2019).

### 2.3 Kerangka Teori

Bawang merah merupakan komoditas hortikultura unggulan yang kebutuhannya tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan sesuai tingginya permintaan pasar. Bawang merah sendiri juga kaya akan manfaat yang sangat penting bagi tubuh manusia tren permintaan bawang merah di Provinsi Jawa Timur dapat dilihat dari beberapa tahun sebelumnya, yakni 2013-2022. Dengan menggunakan data permintaan bawang merah pada 10 tahun terakhir, maka dapat diramalkan permintaan bawang merah untuk tahun yang akan datang. Dari hasil

peramalan dapat diketahui kondisi kebutuhan bawang merah pada masa mendatang, yakni pada tahun 2023-2026. Secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Kerangka Teori Analisis Peramalan Permintaan Bawang Merah, di Provinsi Jawa Timur.**

#### 2.4 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan kerangka teori yang dibuat, maka diperoleh hipotesis yaitu:

1. Tren permintaan bawang merah di Provinsi Jawa Timur cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2013 hingga 2022 dan peramalan permintaan bawang merah di Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan dari tahun 2023 hingga 2026.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan bawang merah di Provinsi Jawa Timur yaitu jumlah penduduk, pendapatan per kapita, dan harga bawang merah.