

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN KENTANG DI PASAR TRADISIONAL MANONDA DI KOTA PALU**

### **Factors Affecting Consumer Demand for Potatoes in The Traditional Market Manonda in Kota Palu**

**Moh. Iqbal<sup>1)</sup>, Sulaeman<sup>2)</sup>, Nurmedika<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.

Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-429738

E-mail : [iqballahamuddo27@gmail.com](mailto:iqballahamuddo27@gmail.com). E-mail : [sulaemanjie6978@gmail.com](mailto:sulaemanjie6978@gmail.com). E-mail : [nurmedika@yahoo.co.id](mailto:nurmedika@yahoo.co.id)

DOI <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v13i2.2558>

Submit 14 Mei 2025, Review 12 Juni 2025, Publish 17 Juni 2025

#### **ABSTRACT**

Potato (*Solanum tuberosum* L.) Potato is one of the potential horticultural commodities today. As we know, there are currently many fast food restaurants and snack industries using potato as the raw material. This affects the demand for potatoes in terms of quantity and quality of safety for consumption. The things that are thought to be taken into consideration by consumers in buying potatoes, are potato prices, sweet potato prices (substitutions), income, consumer income, and the age of the variables that affect the demand for potatoes. The purpose of this study was to determine the factors of the price of potatoes, the price of sweet potatoes, income, number of dependents, the age of the consumer can affect the demand for potatoes in Palu City. The results of the analysis show that simultaneously all variables together, namely the variable price of potatoes, number of family dependents, and age can significantly affect the demand for potato tubers in Palu City. While the sweet potato price and income variables did not significantly affect the demand for potatoes in Palu City.

**Key Words :** Demand, Multiple Linear Regression Analysis, Potato.

#### **ABSTRAK**

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) kentang menjadi salah satu komoditas hortikultura yang berpotensi saat ini. Seperti kita ketahui, saat ini banyak berkembang restoran cepat saji dan industri makanan ringan dengan bahan baku kentang. Hal tersebut mempengaruhi permintaan kentang dalam segi kuantitas dan mutu keamanan untuk dikonsumsi. Adapun hal yang diduga yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli kentang, harga kentang, harga ubi jalar (substitusi), pendapatan, pendapatan konsumen, dan umur variabel yang berpengaruh terhadap permintaan kentang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor harga kentang, harga ubi jalar, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, umur konsumen dapat mempengaruhi permintaan kentang di Kota Palu. Hasil analisis menunjukkan secara simultan semua variabel secara bersama-sama yaitu variabel harga kentang, jumlah tanggungan keluarga, dan umur dapat berpengaruh nyata terhadap permintaan umbian kentang di Kota Palu. Sedangkan variabel harga ubi jalar dan pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang di Kota Palu.

**Kata Kunci :** Analisis Regresi Linier Berganda, Kentang, Permintaan.

## PENDAHULUAN

Produksi kentang di Indonesia telah meningkat dengan pesat selama dekade terakhir data Tahun 2011 produksi 955.488 ton dan Tahun 2015 mencapai 1.219.558 ton (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015) dan menjadikan Indonesia sebagai negara penghasil kentang terbesar di Asia Tenggara. Kentang termasuk komoditas sayuran penting dan berperan penting dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian Bank Indonesia Tahun 2008 mendapatkan bahwa keuntungan petani kentang rata-rata Rp 30 Juta. Di Indonesia pengembangan kentang banyak dilakukan di dataran tinggi (> 1000 m di atas permukaan laut). Pengembangan kentang di dataran tinggi tersebut menghadapi banyak tantangan antara lain bersaing dengan komoditas hortikultura lainnya serta konversi lahan untuk peruntukan lainnya. Hal Ini mengakibatkan luas lahan untuk pengembangan kentang di dataran tinggi terus mengalami penyusutan dari tahun ke tahun.

Hortikultura sering dianggap sebagai komoditas pertanian masa depan yang menjanjikan sebagai kebutuhan. Perkembangan hortikultura diharapkan mampu memberi nilai tambahan yang besar bagi produsen dan industri pengguna, sedangkan bagi konsumen juga dapat memenuhi dan memperbaiki kandungan gizi pola makanannya dengan mengkonsumsi sayuran (Wirakusuma, 2010).

Kebanyakan tanaman sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi. Sebab tanaman sayuran merupakan produk pertanian yang senantiasa dikonsumsi setiap saat. Dengan melihat kebutuhan terhadap sayuran yang berkelanjutan maka nilai pasar tanaman ini cukup baik. Kecenderungan produksinya dari tahun ke tahun meningkat, jarang mengalami penurunan. Bahkan akhir-akhir ini ada kecenderungan di masyarakat untuk mengurangi mengonsumsi makanan yang berlemak tinggi, terutama dari bahan hewani beralih ke bahan nabati yang disebut *Vegetarian* (Briliantono, 2004).

Menurut hasil Survei periode Tahun 2002-2012, konsumsi rumah tangga kentang rata-rata meningkat sebesar 1,76% setiap tahunnya. Peningkatan terbesar terjadi di Tahun 2007 naik sekitar 25% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebaliknya penurunan terbesar terjadi pada Tahun 2009 sebesar 15,38%. Tahun 2012 konsumsi kentang sebesar 1,460 kg/kapita/tahun atau turun sebesar 6,67% dibandingkan Tahun 2011. Tahun 2013 sedikit meningkat yaitu sebesar 1,40% dari Tahun 2012 atau menjadi sekitar 1,480 kg/kapita/tahun dan Tahun 2014 konsumsi kentang sama dengan tahun sebelumnya yaitu sekitar 1,480 kg/kapita/tahun (Hidayah, *et al.*, 2017).

Tanaman kentang menjadi salah satu komoditas hortikultura yang berpotensi saat ini. Seperti kita ketahui, saat ini banyak berkembang restoran cepat saji dan industri makanan ringan dengan bahan baku kentang. Hal tersebut mempengaruhi permintaan kentang dalam segi kuantitas dan mutu keamanan untuk dikonsumsi. Komoditas hortikultura di daerah dataran tinggi yang berperan penting dalam perwujudan ketahanan pangan salah satunya adalah kentang. Kandungan kentang yang kaya akan karbohidrat menjadi alternatif yang dapat menjadi pengganti kebutuhan pangan pokok masyarakat. Berikut data produksi sayuran di Sulawesi Tengah 2021.

Berdasarkan Tabel 1 produksi kentang adalah 820.00 ton dapat dilihat jenis sayur yang paling sedikit produksinya adalah tanaman sawi yaitu 7.606 dan paling banyak produksinya yaitu ketimun dengan produksi sebanyak 17.934,8 ton, dan jumlah data rata-rata keseluruhan 4.858.374,8 ton.

Tabel 1. Jenis Sayur-Sayuran yang Diproduksi Di Sulawesi Tengah pada Tahun 2020

No.	Jenis Tanaman	Produksi (Ton)
1.	Kentang	801.00
2.	Ubi Jalar	20.235
3.	Wortel	47.705
4.	Buncis	3.952,5
5.	Ketimun	17.934,8
6.	Petsai/Sawi	7.606

Sumber : Data Pusat Statistik, 2021.

Sayuran sebagai kelompok makanan yang sangat rendah kalori. Rata-rata sayuran dapat memberikan 50 kalori atau kurang mangkok sayur. Jumlah yang biasa rendah, bahkan ketika dibandingkan dengan kelompok makanan lain dalam dunia makanan sehat. Dengan kacang misalnya, hampir selalu menemukan 750 kalori, 15 kali lebih tinggi dari sayuran sehat di dunia (Hendi, 2016).

Pasar Manonda merupakan salah satu pasar tradisional terbesar dan tertua di Kota Palu dengan luas 49,886 M<sup>2</sup>, luas bangunan 17,914 M<sup>2</sup>, dan jumlah pedagang sebanyak 2,310. Pasar tersebut menjual barang-barang kebutuhan bahan makanan termasuk sayur sayuran. Dapat dilihat dari Tabel 2.

Harga menjadi suatu pertimbangan terhadap permintaan kentang itu sendiri. Permintaan suatu komoditi dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Secara umum bila suatu harga tinggi, hanya sedikit orang yang mau dan mampu membelinya. Akibatnya jumlah komoditi yang dibelinya hanya sedikit saja (Kolter, 2002).

Perkembangan harga kentang di Sulawesi Tengah naik turun harga per tahunnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3 harga jual

kentang berfluktuasi, pada waktu harga jual tinggi pedagang memperoleh keuntungan tinggi dan sebaliknya pada waktu harga rendah pedagang akan rugi. Hal ini disebabkan pasokan kentang dari daerah sentra produksi mengalami peningkatan atau penurunan sehingga harga kentang berfluktuasi dan tinggi rendahnya hasil produksi kentang yang terjadi di Sulawesi Tengah akan berdampak negatif pada pedagang dan daya beli konsumen dapat berpengaruh permintaannya.

Hal ini berdampak terhadap permintaan kentang di pasar tradisional tersebut yang berfluktuasi. Fluktuasi tersebut akan diidentifikasi dengan melihat faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen. Besar kecilnya permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi beberapa faktor.

Tabel 3. Perkembangan Rata-rata Harga Kentang Di Sulawesi Tengah pada Tahun 2013-2017

No.	Tahun	Harga Rp/Kg
1.	2013	15,319
2.	2014	13,426
3.	2015	13,556
4.	2016	17,146
5.	2017	18,434
Rata-rata		15,576

Sumber : Data Badan Pusat Statistik, 2021.

Tabel 2. Tahun Berdiri, Luas Lahan, dan Jumlah Pedagang pada 11 Pasar Tradisional Di Kota Palu, 2020

No.	Nama Pasar	Tahun Didirikan	Luas (m <sup>2</sup> )		Jumlah Pedagang
			Lahan	Bangunan	
1.	Inpres Manonda	1995	49886	17194	2310
2.	Masomba	1994	2000	1003	600
3.	Bambaru	1994	10000	3148	114
4.	Laswani	1990	13885	1692	450
5.	Petobo	2009	12395	1520	400
6.	Vinase	2009	12395	1653	550
7.	Mamboro	1993	2400	1053	350
8.	Talise	2014	4806	1663	150
9.	Tavanjuka	2008	9000	6380	365
10.	Silae	2015	2400	2400	50
11.	Ulujadi	2016	700	500	50

Sumber : Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palu, 2021.

Menurut Soekartawi (2002), bahwa faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang meliputi: Harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementernya, selera, jumlah penduduk atau tanggungan keluarga, tingkat pendapatan dan elastisitas barang.

Berdasarkan harga kentang berfluktuasi dan permintaan akan umbian kentang dipasaran juga berfluktuasi, hal ini peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui permasalahan dari bagaimana permintaan konsumen terhadap umbian kentang.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, apakah faktor harga kentang, harga ubi jalar, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen terhadap dapat memengaruhi permintaan kentang di Kota Palu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, apakah faktor harga kentang ( $X_1$ ), harga ubi jalar ( $X_2$ ), pendapatan konsumen ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ), dan umur konsumen ( $X_5$ ) dapat memengaruhi permintaan Kentang di Kota Palu?.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Manonda yang beralamat di Jl. Bayam Kelurahan Kamonji Kecamatan Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Pemilihan daerah penelitian ini diambil dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa pasar Manonda merupakan pasar terbesar, pasar tertua dan pasar tradisional yang menyediakan kentang di Kota Palu. Waktu penelitian yaitu dari bulan Oktober sampai Desember 2021.

Penentuan Responden Sugiono 2003, sampling aksidental merupakan teknik penentuan sampel responden berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai karakteristiknya maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Penentuan responden

yang akan dilakukan pada penelitian ini menggunakan sampling aksidental, dalam hal ini syarat responden penelitian ini ialah konsumen kentang tidak dijual kembali.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, yakni seseorang yang berbelanja kentang di pasar manonda, dengan pertimbangan sebagai konsumen kentang di pasar Manonda yang dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat dan representatif sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

## Metode Analisis Data

**Analisis Linear Berganda.** Menurut Johathan (2006), pengujian pengaruh variabel bebas dalam memengaruhi variabel terkait dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regresion*). Data yang dibutuhkan adalah harga kentang, ubi jalar, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan Konsumen Kentang (kg).

$b_0$  = Intersep.

$b_1$ - $b_5$  = Koefesien Regresi Berganda.

$X_1$  = Harga Kentang (Rp).

$X_2$  = Harga Ubi Jalar (Rp).

$X_3$  = Pendapatan Konsumen (Rp/Bulan).

$X_4$  = Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa).

$X_5$  = Umur Konsumen (Tahun).

e = Error.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden.** Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli umbi-umbian kentang pada pasar manonda yang merupakan pasar yang menyediakan kentang di Kota Palu. Mayoritas responden yang membeli kentang adalah ibu rumah tangga, dimana responden diklarifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur konsumen, dan pendapatan konsumen.

**Jenis Kelamin.** Konsumen yang melakukan

kegiatan membeli kentang pada umumnya adalah perempuan. Untuk jelasnya responden kentang berdasarkan jenis kelamin terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam mengonsumsi kentang adalah perempuan, ini terlihat dari jumlah persentase sebanyak 63,33% (19 Orang) sedangkan responden berjenis laki-laki hanya memiliki persentase sebesar 36,66% (11 orang) dalam membeli kentang.

**Umur Responden.** Umur merupakan sejumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Tingkat umur seseorang mempengaruhi kedewasaan seseorang dalam berfikir, dalam hal ini pentingnya mengonsumsi umbian kentang untuk pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Memahami usia konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap produk (Sumarwan, 2003).

Tabel 5 akan memperlihatkan jumlah responden menurut yang dikelompokkan dari rata-rata presentasi berdasarkan jumlah umur yang pertama berusia berkisar 20-33 tahun sebanyak 10 jiwa dari 30 responden jumlah persentase sebanyak 10,00% dari perbandingan 100%, yang kedua perbandingan umur dari 34-45 sebanyak 13 jiwa dari 30 responden jumlah persentase 43,33% dari perbandingan 100%, data ketiga menunjukkan umur dari 46-59 dengan jumlah 7 jiwa dari 30 responden jumlah persentase 23,33% dari perbandingan 100%. Dari hasil tabel tersebut dari tingkat analisis yang didapatkan sesuai data-data diuji di SPSS 21.

Tabel 5 menunjukkan bahwa usia responden terbanyak yang membeli kentang adalah berkisar antara 30-39 tahun yaitu sebesar 40 persen. Umur responden pada penelitian berkisar (29-59 tahun), hal ini sesuai kategori umur produktif yaitu berkisar yang dinyatakan BPS yakni 15-64 tahun (Badan Pusat Statistik, 2017). Pada usia ini konsumen masih memiliki kemauan dan kemampuan untuk bekerja, hal ini akan

berpengaruh pada pendapatan rumah tangga yang akan diterima dan digunakan kebutuhan rumah tangga. Selain itu usia 30-39 tahun tergolong usia dewasa, sehingga cenderung lebih berfikir rasional dalam mengambil keputusan pembelian kentang. Maksud dari berfikir rasional adalah konsumen pada kelompok usia tersebut rata-rata sudah bisa mempertimbangkan yang diinginkan atau yang menjadi preferensinya.

**Tingkat Pendidikan.** Menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Data tingkat pendidikan responden kentang, terlihat Tabel 6.

Tabel 4. Karakteristik Responden Kentang Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	11	36,66
2.	Perempuan	19	63,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 5. Karakteristik Responden Konsumen Kentang Berdasarkan Tingkat Umur Responden

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	20-33	10	10,00
2.	34-45	13	43,33
3.	46-59	7	23,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 6. Karakteristik Responden Konsumen Kentang Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Status Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	4	13,33
2.	SMP	3	10,00
3.	SMA	13	43,33
4.	D3	3	10,00
5.	S1	7	23,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 8. Karakteristik Responden Kentang Berdasarkan Jumlah Pendapatan

No.	Jumlah Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	750.000 – 1.800.000	12	40,00
2.	1.800.000 – 3.300.000	14	46,66
3.	3.300.000 – 6.000.000	4	13,33
	Jumlah	30	100
	Rata-rata	10	33,33

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden yang membeli kentang memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu tingkat pendidikan SMA dengan nilai presentase sebesar 43,33% sedangkan permintaan kentang paling rendah yaitu memiliki pendidikan SMP dan D3 dengan presentase 3,33%.

**Jumlah Tanggungan Keluarga.** Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Anggota keluarga akan memenuhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kentang. Data jumlah tanggungan keluarga kurang dari 2 orang terdapat 11 jiwa yang dipersentasekan 36,33% dibagi dari perbandingan 100%, jumlah data dari 3-5 orang sebanyak 18 jiwa dari 30 responden persentase 60,00% dari perbandingan 100%, dan jumlah tanggungan 6-8 dengan tanggungan sebesar 1 jiwa dipersentasekan 3,333% dari perbandingan 100%. Data rata-rata dari jumlah jiwa dari 30 responden berdasarkan hasil analisis berjumlah 10 rata-rata, sedangkan persentase dari perbandingan rata-rata sebesar 33,33%.

Tabel 7. Karakteristik Responden Kentang Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No.	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0-2	11	36,66
2.	3-5	18	60,00
3.	6-8	1	3,333
	Jumlah	30	100
	Rata-rata	10	33,33

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah tanggungan keluarga 3-5 orang dengan presentase sebesar 60,00%. Besarnya jumlah tanggungan keluarga merupakan faktor yang dapat memengaruhi kemauan dalam melakukan pekerjaan.

**Pendapatan Konsumen.** Jumlah pendapatan akan memengaruhi besar kecilnya daya beli dari seseorang konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemauan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhan, begitu pun sebaliknya. Data responden kentang berdasarkan pendapatannya dapat dilihat dari Tabel 8.

Tabel 8 menunjukkan bahwa pendapatan responden dengan persentase tertinggi yaitu 46,66% berada kisaran 1.800.000 – 3.300.000 dan pendapatan responden dengan persentase terendah yaitu 13,33% berada pada kisaran Rp. 3.300.000 – Rp. 6.000.00.

#### **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Kentang.**

**Uji Asumsi Klasik.** Kesempurnaan dari model regresi linier berganda dapat terpenuhi telah memenuhi uji asumsi klasik. Dapat dilihat dari beberapa tahapan yaitu : asumsi normalitas, asumsi multikolinieritas dan heteroskedasitas. Asumsi-asumsi sebagai berikut :

a. Normalitas.

Berdasarkan uji normalitas pada *normal p-p plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan pada histogramnya memperlihatkan data yang

berdistribusi mengikuti garis diagonal normal histogram yang berbentuk lonceng sempurna, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden kentang di Kota Palu berdistribusi dengan normal. Sehingga dapat dikatakan dapat memenuhi asumsi normalitas.

b. Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) yang asosiasi (erat) antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF, melalui software SPSS 21. Jika hasil SPSS menunjukkan angka diatas 1, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika lebih dari 10 maka dalam data tersebut terjadi multikolinieritas dan melihat nilai *tolerance* > 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Berdasarkan output SPSS 21 menunjukkan variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* 0,05 dan nilai  $1 < VIF < 10$ .). Tingkat Kesalahan  $\alpha = 5\%$ .

$$R^2 = 0,919.$$

$$F_{hitung} = 54,122.$$

$$F_{tabel} = 2,60.$$

c. Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat grafik plots antara nilai prediksi variabel endogen yaitu : ZPRED dengan residual SRESID.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan harga kentang ( $X_1$ ), harga ubi jalar ( $X_2$ ), pendapatan konsumen ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ), umur ( $X_5$ ) secara simultan terhadap variasi permintaan kentang (Y) di Kota Palu. Berdasarkan hasil analisis uji SPSS 21 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,919, menunjukkan bahwa variabel harga kentang, harga ubi jalar, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, dan umur yang dimasukkan dalam model yang digunakan. model yang diamati sebesar 91,9% mampu mempengaruhi variasi permintaan kentang di Kota Palu sedangkan sisanya 8,1% dipengaruhi oleh variabel lain tidak dimasukkan dalam model yang digunakan.

**Uji Kesesuaian Model (Koefisien Determinasi =  $R^2$ ).** Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan harga kentang ( $X_1$ ), harga ubi jalar ( $X_2$ ), pendapatan konsumen ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ), umur ( $X_5$ ) secara simultan terhadap variasi permintaan kentang (Y) di Kota Palu.

Tahap pengujian hasil analisis regresi linier berganda yaitu dengan menggunakan uji statistik untuk mengetahui tingkat signifikan ditunjukkan oleh masing-masing nilai koefisien regresi persial variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Pengujian dengan uji statistik ini dapat dilakukan dengan  $R^2$ , uji F dan Uji T. Hasil regresi linier berganda terlihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Output Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Kentang di Kota Palu

No.	Variabel	Koef. Regresi	t-hitung	Signifikan
1.	<i>Intersip</i>	0,448	2,022	0,054
2.	Harga Kentang ( $X_1$ )	6,624	14,206	0,000
3.	Harga Ubi Jalar ( $X_2$ )	5,248	0,387	0,702
4.	Pendapatan ( $X_3$ )	6,716	0,245	0,809
5.	Tanggungan Keluarga ( $X_4$ )	0,143	2,615	0,015
6.	Umur ( $X_5$ )	0,017	2,503	0,020

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

**Uji Simultan (Uji F).** Berdasarkan uji F-test pada tabel ANOVA, menunjukkan bahwa nilai signifikan  $F_{hitung} (54,122) > F_{tabel} (260)$  signifikan ( $\alpha 5\% = 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh harga kentang, ubi jalar, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur terhadap permintaan umbian kentang secara simultan atau secara bersama-sama. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_1$  diterima. Berarti variabel secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kentang.

Uji simultan dibantu perkuat oleh asumsi multikolinieritas, dimana dari variabel yang digunakan yaitu harga kentang, harga ubi jalar, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, dan umur tidak memiliki korelasi yang asosiatif (hubungan yang erat). Sehingga dari semua variabel yang digunakan dapat mempengaruhi permintaan kentang di Kota Palu secara bersama-sama.

**Uji Parsial (Uji t).** Uji t pada tabel *coefficient*, terdapat variabel yang berpengaruh nyata dan berpengaruh tidak nyata (signifikan) terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Hasil regresi menunjukkan variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang merupakan variabel harga kentang ( $X_1$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ), umur ( $X_5$ ) berdasarkan perbandingan signifikan dengan tingkat kesalahan 5% dimana ke tiga variabel tersebut memberi pengaruh nyata kepada variabel terikatnya. Variabel yang tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang merupakan harga ubi jalar ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ) dimana nilai signifikannya lebih besar dari 0,5% estimasi model persamaan faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap permintaan kentang di Kota Palu dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,448 + 6,624X_1 + 5,248X_2 + 6,716X_3 + 0,143X_4 + 0,017X_5 + e$$

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang memengaruhi

permintaan kentang di Kota Palu diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh Harga Kentang ( $X_1$ ).

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga kentang ( $H_1$ ) berpengaruh nyata, dimana  $t_{hitung} 14,206 > t_{tabel} 1,708$  dan nilai signifikan yang diperoleh  $(0,000) < (0,05) \alpha = 5\%$ , dengan nilai koefisien regresi sebesar 6,624 . Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan harga kentang sebesar 1 rupiah akan meningkatkan permintaan kentang, yang berarti harga kentang relatif mahal akan tetapi permintaan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Kesimpulannya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel harga kentang secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan kentang, jika dibandingkan dengan teori permintaan yang menyatakan jika harga turun maka permintaan akan meningkat, maka kenyataan ini berbanding terbalik yang terjadi di daerah hasil observasi. Harga kentang tidak mengurangi minat konsumen untuk membeli kentang, Hal tersebut dipengaruhi oleh selera dari masyarakat itu sendiri yang menyebabkan permintaan tetap meningkat meskipun harga kentang berfluktuasi dan permintaan kentang juga dipengaruhi oleh khasiat kentang itu sendiri yang mengandung sumber karbohidrat yang juga kaya mineral dan vitamin. Khasiat dari kentang antara lain pencegah kanker, pengobatan asam urat, ginjal, sistem lambung, jantung, untuk kesehatan lever, jaringan otot, untuk proses peremajaan kulit. (Mlandhing, 2008 Cit. Dewi, 2015).

#### 2. Pengaruh Harga Ubi Jalar ( $X_2$ ).

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga ubi jalar ( $X_2$ ) berpengaruh tidak nyata secara parsial, dimana  $t_{hitung} 0,387 < t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh 0,702 lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan  $(0,05)$ . Nilai Koefesiansi regresi sebesar 5,248 yang berarti bahwa apabila peningkatan harga ubi jalar sebesar 1 rupiah tidak berpengaruh terhadap permintaan kentang.

Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu seperti, (Paradiba dkk. (2017) yang menyatakan bahwa harga barang substitusi tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya variabel harga ubi jalar yang merupakan barang substitusi secara persial berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan.

### 3. Pengaruh Pendapatan ( $X_3$ ).

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh tidak nyata secara persial, dimana  $t_{hitung} 0,245 < t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,809) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05). Nilai koefisien regresi sebesar (6,716) yang berarti bahwa apabila peningkatan pendapatan 1 rupiah tidak adanya pengaruh terhadap permintaan kentang. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang artinya pendapatan konsumen berpengaruh tidak nyata secara persial terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Pendapatan Konsumen kentang di Kota Palu cukup relatif rendah dan daya beli kentang cukup tinggi. Konsumen kentang akan meningkatkan konsumsinya ketika pendapatan mereka meningkat dan dapat menyesuaikan konsumsinya bila pendapatan menurun.

### 4. Jumlah Tanggungan Keluarga ( $X_4$ ).

Hasil regresi menunjukkan variabel jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) berpengaruh nyata secara persial dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,015) lebih besar dari taraf signifikan (0,05) dengan nilai  $t_{hitung} (2,615) > t_{tabel} (1,710)$ . Nilai koefisien regresi sebesar (0,143) yang berarti apabila peningkatan 1 orang maka akan terjadi peningkatan permintaan kentang sebesar (0,143). Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, kebutuhan akan pangan termasuk konsumen kentang meningkat, maka hal ini selanjutnya berdampak pada permintaan kentang. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang artinya variabel jumlah tanggungan keluarga berpengaruh

nyata secara persial terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Penelitian ini ditunjang oleh penelitian terdahulu, seperti (Rahmawati dkk., 2018) yang menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga dapat berpengaruh nyata terhadap permintaan.

### 5. Pengaruh Umur Konsumen ( $X_5$ ).

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel umur ( $X_5$ ) secara persial berpengaruh nyata, dimana nilai signifikan (0,020) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) atau nilai  $t_{hitung} (2,503) > t_{tabel} (1,710)$  dan nilai koefisien regresi sebesar (0,017) yang berarti setiap peningkatan umur sebesar 1 tahun akan meningkatkan permintaan kentang sebesar (0,017) Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya umur secara persial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan kentang di Kota Palu. Penelitian ini ditunjang oleh penelitian terdahulu, seperti Pranatayasa (2013) yang menyatakan bahwa umur berpengaruh nyata terhadap permintaan. Hasil ini membuktikan bahwa umur berpengaruh terhadap permintaan kentang bertambahnya umur konsumen kentang dapat meningkatkan pembelian kentang, konsumen kentang di Kota Palu memiliki usia produktif yang berkisar 15 sampai dengan 64 tahun.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah ditemukan, adapun kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Permintaan Kentang di Pasar Tradisional (Manonda) di Kota Palu adalah secara simultan semua variabel secara bersama-sama yaitu harga kentang, harga ubi jalar, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Secara persial diketahui variabel harga kentang, jumlah tanggungan

keluarga, dan umur dapat berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Variabel harga ubi jalar dan pendapatan konsumen tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan kentang di Kota Palu. Dari hasil perhitungan R<sup>2</sup> menjelaskan bahwa variabel-variabel yang dimasukkan dalam model yang diamati sebesar 0,919 atau (91,9%) sedangkan sisanya 0,81 atau 8,1 merupakan yang tidak dimasukkan kedalam persamaan.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang diperoleh kiranya dapat meningkatkan jumlah permintaan umbi-umbian khususnya kentang yang ada dipasaran sehingga peneliti berharap kepada pedagang atau penjual dapat memperhatikan harga yang mudah untuk dijangkau oleh semua kalangan, sehingga konsumen yang mengonsumsi bukan hanya kalangan atau konsumen yang memiliki pendapatan tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Briliantono E. 2004. *Produk Pangan Organik Kian Diminta. Bisnis.* [http://www.Bisnis.com/pls/portal30/url/page/home\\_page](http://www.Bisnis.com/pls/portal30/url/page/home_page) . [Diakses 30 Agustus 2021].
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2015. *Produksi Sayuran Di Indonesia 2011-2015.* Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Hendi. 2016. *Alasan Pentingnya Konsumsi Sayur-Sayuran Setiap Hari.* [Http://www.blitarfood.com/blog/alasan-pentingnya-mengonsumsi-sayur-sayuran-setiap-hari.](http://www.blitarfood.com/blog/alasan-pentingnya-mengonsumsi-sayur-sayuran-setiap-hari) [Diakses Tanggal 01 September 2021].
- Dedeh Siti Saodah. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur).* *Journal Agroscience.* 7 (1).
- Hidayah, P., Izzati, M., & Parman, S. 2017. *Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Kentang (Solanum tuberosum L. var. Granola) pada Sistem Budidaya yang Berbeda.* *Buletin Anatomi dan Fisiologi.* 2 (2): 218-225.
- Hikma, Effendy, Rustam. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Naga (Hylocereus Costaricensis) Di Kota Palu.* *Palu : J. Agrotekbis.* 5 (5): 579-585. ISSN : 2338-3011.
- Jonathan, Sarwano. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* PT. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Kolter, D. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Melenium.* 2002. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Mlanding. 2018. *Kentang.* <http://dapurmlandig.dagdigdug.com>. Diakses Juli 2014.
- Paradiba, Dela, Marhawati M. Arifuddin L. 2017. *Faktor faktor yang Memengaruhi Permintaan Sayur Organik di Kota Palu.* *J. Agrotekbis.* 5 (5): 564-571. ISSN : 2338-3011.
- Pratanayasa M, Wenegam I, W. 2013. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengeluaran Rumah Tangga untuk (Studi Kasus Di Kelurahan Padang Sambian).* *E-Jurnal. EP Unud.* 2 (11): 523-532. ISSN : 2303-0178.
- Rahmawati, Djuwita. Edy, Agus 2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jeruk Pamelu (Citrus Garandis) Di Kabupaten Pati.* *J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA).* 2 (3): 179-186. ISSN : 2614-8174.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian . Teori dan Aplikasi.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Subianto, T, 2007. *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.* *J. Ekonomi Modernisasi.* 3 (3): 165-182.
- Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabet.
- Suparmoko. 2011. *Hubungan Tingkat Pendapatan Rumah Tangga dan Jumlah Barang yang Di Konsumsi.* *J. Agrista.* 1 (4): 874-878. Edisi Juli 2015.
- Sukirno, S, 1994. *Pengantar Teori Ekonomi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi (Edisi Ketiga).* PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sunarjono, H. 2013. *Pedoman Bertanam Kubis.* CV. Nuansa Aulia. Bandung.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Ghalia

Indonesia. Jakarta.

Tribun News. 2021. *Daftar Harga Komuditi Kota Palu*. [https://palukota .bps.go.id/ rata-rata-](https://palukota.bps.go.id/rata-rata-)

[harga-eceran-sayur-sayuran-dan-buah-buahan-2012 2016.html](https://palukota.bps.go.id/rata-rata-harga-eceran-sayur-sayuran-dan-buah-buahan-2012-2016.html). [Diakses Agustus 2021 Pukul 14:00 pm.