

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Deskripsi Bambu (*Bambusa Sp*)**

Di seluruh dunia terdapat 75 genus dan 1.500 spesies bambu. Di Indonesia sendiri dikenal ada 10 genus bambu, antara lain: *Arundinaria*, *Bambusa*, *Dendrocalamus*, *Dinochloa*, *Gigantochloa*, *Melocanna*, *Nastus*, *Phyllostachys*, *Schizostachyum*, dan *Thyrsostachys*. Bambu tergolong keluarga Gramineae (rumput-rumputan) disebut juga Hiant Grass (rumput raksasa), berumpun dan terdiri dari sejumlah batang (buluh) yang tumbuh secara bertahap, dari mulai rebung, batang muda dan sudah dewasa pada umur 3-4 tahun. Batang bambu berbentuk silindris, berbuku-buku, beruas-ruas berongga, berdinding keras, pada setiap buku terdapat mata tunas atau cabang. Salah satu jenis bambu yang sudah banyak dikenal dan sering dimanfaatkan oleh masyarakat adalah bambu tali atau bambu apus. Bambu ini termasuk dalam genus *Gigantochloa* (Otjo dan Atmadja, 2006).

Bambu apus (*Gigantochloa*) memiliki tinggi mencapai 20 m dengan warna batang hijau cerah sampai kekuning-kuningan. Batangnya tidak bercabang di bagian bawah. Diameter batang 2,5- 15 cm, tebal dinding 3- 15 mm, dan panjang ruasnya 45- 65 cm. Panjang batang yang dapat dimanfaatkan antara 3- 15 mm, dan bentuk batang bambu apus sangat teratur. Bambu apus berbatang kuat, liat dan lurus, jenis ini terkenal paling bagus untuk dijadikan bahan baku kerajinan anyaman karena seratnya yang panjang, kuat, dan lentur.

Arah pertumbuhan biasanya tegak, kadang-kadang memanjat dan batangnya mengayu. Jika sudah tinggi, batang bambu ujungnya agak menjuntai

dan daun-daunya seakan melambai. Tanaman ini dapat mencapai umur panjang dan biasanya mati tanpa berbunga (Berlin dan Estu, 1995).

Bambu adalah tanaman dengan laju pertumbuhan tertinggi di dunia, bambu juga dapat tumbuh 100 cm (39 in) dalam 24 jam. Namun laju pertumbuhan ini amat ditentukan dari kondisi tanah lokal, iklim, dan jenis spesies. Laju pertumbuhan yang paling umum adalah sekitar 3–10 cm (1,2–3,9 in) per hari. Beberapa dari spesies bambu terbesar dapat tumbuh hingga melebihi 30 m (98 kaki) tingginya, dan bisa mencapai diameter batang 15–20 cm (5,9–7,9 in). Namun spesies tertentu hanya bisa tumbuh hingga ketinggian beberapa inci saja (Otjo dan Atmadja, 2006)

Tanaman bambu yang sering kita kenal umumnya berbentuk rumpun. Padahal dapat pula bambu tumbuh sebagai batang soliter atau perdu. Tanaman bambu yang tumbuh subur di Indonesia merupakan tanaman bambu yang simpodial, yaitu batang-batangnya cenderung mengumpul didalam rumpun karena percabangan rhizomnya di dalam tanah cenderung mengumpul (Agus dkk. 2006).

Bambu termasuk jenis tanaman rumput-rumputan. Bambu tumbuh menyerupai pohon berkayu, batangnya berbentuk buluh berrongga. Tanaman bambu memiliki cabang-cabang ranting dan daun buluh yang menonjol (Gerbono dan Abbas, 2009).

## **2.2 Manfaat dan Kegunaan Bambu**

Ketika bambu dipanen, bambu akan tumbuh kembali dengan cepat tanpa mengganggu ekosistem. Tidak seperti pohon, batang bambu muncul dari permukaan dengan diameter penuh dan tumbuh hingga mencapai tinggi maksimum dalam satu musim tumbuh (sekitar 3 sampai 4 bulan). Selama

beberapa bulan tersebut, setiap tunas yang muncul akan tumbuh vertikal tanpa menumbuhkan cabang hingga usia kematangan dicapai. Lalu, cabang tumbuh dari node dan daun muncul. Pada tahun berikutnya, dinding batang yang mengandung pulp akan mengeras. Adapun manfaat dan kegunaan dari bambu adalah :

1. Dapat dikonsumsi sebagai makanan maupun obat-obatan herbal, dari mulai bambu muda sampai bambu berusia tua bambu mempunyai banyak manfaat bagi manusia.
2. Dapat digunakan sebagai bahan konstruksi bangunan, seperti membuat rumah bisa menggunakan bambu, bahkan bambu yang berkualitas tinggi lebih kuat dibandingkan dengan baja, sehingga bambu dapat digunakan sebagai bahan bangunan maupun senjata.
3. Dapat digunakan sebagai kerajinan antara lain : tempat pulpen, keranjang, tas dan lain-lain.
4. Dapat digunakan sebagai alat instrument musik di Indonesia, bambu sering digunakan sebagai alat musik tradisional yang menjadi ciri khas masing-masing daerah Indonesia. Salah satu contohnya adalah Angklung dan Seruling yang berasal dari Sunda.
5. Dapat digunakan menjadi alat transportasi air, untuk menyebrangi sungai.
6. Dapat dijadikan sebagai alat pengolahan air.
7. Dapat digunakan sebagai tanaman hias.

### **2.3 Permintaan**

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam menganalisa

permintaan perlu dibedakan antara permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta merupakan banyaknya permintaan pada tingkat harga tertentu. Hubungan antara jumlah permintaan dan harga ini menimbulkan adanya hukum permintaan. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan atas barang tersebut, begitupun sebaliknya ( Daniel, M, 2001 ).

Menurut Sadono Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Hukum permintaan menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang sangat dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh karena itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau ceteris paribus.

Permintaan akan suatu barang akan terjadi apabila konsumen mempunyai keinginan dan kemampuan untuk membeli, pada tahap konsumen hanya memiliki keinginan atau kemampuan saja maka permintaan suatu barang belum tentu terjadi, kedua syarat keinginan dan kemampuan harus ada untuk terjadinya permintaan ( Turner, 1971 ; 166 ).

### 2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Sadono Sukirno (2009) ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu :

#### 1. Pendapatan Konsumen

Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan atas permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan sifat perubahan permintaan yang akan berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai jenis barang dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu:

- i. Barang Normal, yaitu barang yang mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu, permintaannya akan mengalami kenaikan jika pendapatan konsumen bertambah, yaitu : penambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang-barang, dan konsumen dapat menukar konsumsinya dari barang-barang yang kurang baik mutunya ke barang-barang yang lebih baik.
- ii. Barang Inferior, yaitu barang yang banyak diminta oleh masyarakat yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah, maka permintaan barang-barang inferior berkurang. Konsumen yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantinya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

#### 2. Jumlah Penduduk

Pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan bertambahnya permintaan. Akan tetapi biasanya pertambahan penduduk akan

diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan, sehingga menambah daya beli masyarakat. Penambahan ini akan menambah jumlah permintaan.

### 3. Harga Barang Yang Lain

Berkaitan diantara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan barang, yaitu :

- i. Barang Substitusi (pengganti), yaitu barang yang menggantikan barang lainnya, jika barang tersebut dapat menggantikan fungsinya. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.
- ii. Barang Komplementer (pelengkap), yaitu barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan. Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Jika permintaan barang yang dilengkapi naik, maka permintaan barang pelengkap juga naik.
- iii. Barang Netral (barang yang tidak berkaitan), yaitu barang yang tidak memiliki kaitan yang rapat. Perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.
- iv. Ramalan Mengenai Masa Datang, yaitu perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan dimasa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi di masa datang akan mendorong untuk lebih

banyak membeli di masa sekarang. Hal ini dimaksudkan untuk menghemat di masa mendatang.

Menurut Sudarsono (1985), permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu dan pasar tertentu pula. Atau dalam pengertian sehari-hari, permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang diminta atau dibutuhkan. Atas dasar kebutuhan ini individu tersebut mempunyai permintaan akan barang, dimana semakin banyak jumlah penduduk maka semakin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang. Akan tetapi kenyataannya barang di pasar mempunyai nilai atau harga. Jadi permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh “daya beli” permintaan barang sehingga merupakan permintaan efektif. Sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas suatu kebutuhan saja disebut sebagai permintaan potensial.

Akan tetapi menurut sudarman (2000), ada empat faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap komoditas tertentu pada suatu daerah. Empat faktor tersebut adalah :

a) Harga Barang Itu Sendiri

Sesuai dengan hukum permintaan, maka jumlah barang yang diminta akan berubah secara berlawanan dengan perubahan harga.

b) Harga Barang Lain Yang Terkait

Barang-barang konsumsi pada umumnya mempunyai kaitan penggunaan antara yang satu dengan yang lain. Kaitan penggunaan antara kedua barang konsumsi pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu saling mengganti (*substituted*) dan saling melengkapi (*complimentary*). Dua dikatakan mempunyai hubungan yang saling mengganti yang apabila naiknya harga salah

satu barang mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang yang lain. Sedangkan dua barang dikatakan mempunyai hubungan yang saling melengkapi apabila naiknya harga suatu salah satu barang mengakibatkan turunnya permintaan terhadap barang yang lain.

c) Pendapatan

Faktor ini merupakan faktor penentu yang penting dalam permintaan suatu barang. Pada umumnya semakin besar penghasilan seseorang maka semakin besar pula permintaan seseorang terhadap suatu barang demikian sebaliknya.

d) Jumlah Konsumen

Pada umumnya, jumlah konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang, semakin banyak jumlah konsumen, maka semakin banyak pula permintaan konsumen terhadap suatu barang, demikian sebaliknya.

### 2.3.2 Fungsi Permintaan

Firdaus (2006:69) menyatakan permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya disebut fungsi permintaan. Dengan fungsi permintaan, kita dapat mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan fungsi permintaan dapat disusun sebagai berikut :

$$D_x = f ( P_x, P_y, Y )$$

Keterangan :

$D_x$  = permintaan akan barang x

$P_x$  = harga barang tersebut (x)

$P_y$  = harga barang lain (y)

$Y$  = pendapatan konsumen (Y)

$D_x$  adalah variabel terikat, karena besar nilainya ditentukan oleh variabel lain.  $P_x$ ,  $P_y$ ,  $Y$  adalah variabel bebas karena besar nilainya tidak tergantung kepada besarnya nilai variabel lain. Tanda positif dan negatif menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan akan barang  $x$ .

#### **2.4 Penawaran**

Hukum penawaran menjelaskan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah penawaran barang tersebut. Makin tinggi harga barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual, dan sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual, dengan anggapan faktor-faktor lain tidak berubah (Daniel, 2002).

Penawaran total suatu barang adalah jumlah seluruh produksi dari setiap unit produksi dalam satu periode produksi ditambah sisa berasal dari periode yang lalu. Kalau produksi didorong oleh pendapatan bersih perubahan hasil pertanian disebabkan perubahan-perubahan harganya secara relatif. Kurva penawaran suatu perusahaan menggambarkan jumlah maksimum barang-barang yang bersedia diproduksi untuk dijual pada suatu saat, pada berbagai taraf harga barang (Bishop dan Toussain, 1989).

Sementara itu Sadono Sukirno, (2008 : 75-76) menyatakan bahwa Hukum penawaran itu adalah semakin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut akan ditawarkan.

Penawaran dari sudut pandang ekonomi menggambarkan hubungan antara 2 variabel yaitu harga dan kuantitas produksi. Penawaran didefinisikan sebagai kuantitas barang yang diinginkan dan dapat ditawarkan produsen pada berbagai

tingkat harga. Penawaran mencerminkan hubungan langsung antara harga dan kuantitas (jumlah barang fisik), dimana hukum penawaran menyatakan bahwa apabila harganya naik, produsen menawarkan lebih banyak barang (output) ke pasar (Downey dan Erickson, 1990).

Samuelson, (1995 ; 42) mengatakan bahwa harga barang yang diproduksi mempunyai hubungan yang positif dengan barang yang diproduksi untuk dijual, artinya bila harganya meningkat jumlah barang yang diproduksi untuk ditawarkan akan meningkat dan berlaku pula kondisi sebaliknya. Alasan penting yang dikemukakan oleh Samuelson, terletak pada fakta hukum hasil yang semakin berkurang ( *The Law Of Diminishing Of Return* ), yaitu apabila permintaan suatu barang bertambah akan semakin banyak tenaga kerja yang dipekerjakan pada lahan yang luasnya terbatas, akibatnya setiap pekerja baru akan semakin sedikit memberikan hasil tambahan yang lebih banyak. Oleh karena itu mekanisme harga diperlukan untuk menaikkan hasil tambahan yang lebih tinggi, yaitu produsen bersedia memproduksi dan menjual barang yang lebih banyak, asalkan konsumen rela membeli barang dengan harga yang lebih tinggi. Selanjutnya oleh Samuelson juga disinggung bahwa selain harga masih ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi perubahan penawaran suatu barang, yaitu produksi, teknologi yang digunakan, biaya input, harga barang-barang lain yang merupakan barang komplemen maupun substitusinya dan organisasi pasar.

#### **2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran**

Menurut Rahardja dan Mandala (2008), ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran yaitu :

a. Harga Beli Pedagang

Untuk mengembangkan teori tentang penentuan harga suatu komoditas, perlu dipelajari hubungan antara jumlah yang ditawarkan (*the quantity supplied*) dari setiap komoditas dan harga komoditas tersebut. Suatu teori ekonomi dasar menjelaskan bahwa makin tinggi harga suatu komoditas, makin banyak jumlah barang yang ditawarkan. Sebabnya adalah karena keuntungan yang dapat diperoleh dari produksi suatu komoditas akan naik jika harga tersebut naik, demikian juga sebaliknya, sedangkan input yang dipakainya tetap.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan produsen untuk menghasilkan output barang dan jasa. Apabila variabel-variabel lain dianggap tetap, maka makin tinggi biaya produksi yang dipakai dalam produksi suatu komoditas, makin kecil keuntungan yang diperoleh dari produksi komoditas tersebut. Kenaikan dalam biaya produksi akan menggeser kurva penawaran ke kiri, yang menunjukkan bahwa semakin sedikit jumlah yang ditawarkan pada setiap harga tertentu. Penurunan dalam biaya akan menggeser kurva penawaran ke kanan.

c. Keuntungan

Produsen dianggap selalu bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Artinya bahwa produsen selalu memilih tingkat output yang dapat memberikan Keuntungan maksimum. Keuntungan diperoleh dari total penerimaan dikurangi total biaya yang dikeluarkan oleh produsen.

Sementara itu Menurut Soekartawi (1993) beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah penawaran adalah :

a) Harga Produk

Harga produk tinggi akan mengakibatkan peningkatan jumlah produksi di masa yang akan datang karena dirasakan produsen sangat menguntungkan.

b) Harga Input

Besar kecilnya harga input akan berpengaruh terhadap besar kecilnya input yang dipakai. Apabila harga faktor produksi turun, petani cenderung akan membelinya pada jumlah yang relatif lebih besar. Dengan demikian dari penggunaan faktor produksi yang biasanya dalam jumlah terbatas, dengan adanya tambahan penggunaan factor produksi (sebagai akibat dari turunnya harga faktor produksi), maka populasi akan meningkat.

c) Teknologi

Dengan adanya perbaikan teknologi, misalnya penggunaan teknologi baru sebagai pengganti teknologi lama, maka produksi akan semakin meningkat. Tentu saja penggunaan teknologi ini mungkin memerlukan biaya produksi yang relative tinggi, beban resiko dan ketidakpastian yang juga relatif tinggi, memerlukan keterampilan khusus dan sebagainya, tetapi apabila ketidakpastian ini dapat dipecahkan, produksi akan semakin besar.

d) Harapan Produsen Terhadap Harga Produksi di Masa Mendatang

Seringkali juga ditemukan suatu peristiwa petani meramal besaran harga di masa mendatang, apakah harga suatu komoditas akan menaik atau menurun. Hal ini disebabkan karena pengalaman yang mereka punya selama beberapa tahun mengusahakan komoditas tersebut.

e) Jumlah Produsen

Seringkali karena adanya rangsangan harga untuk komoditas pertanian, maka petani cenderung untuk mengusahakan tanaman tersebut. Misalnya dari semula produsen menanam sayuran, kemudian karena harga tanaman cengkeh cukup tinggi, maka ia berubah dari petani sayur ke petani cengkeh.

f) Harga Produksi Lain

Yang dimaksud dengan harga produksi lain ini adalah perubahan harga produksi alternatif. Pengaruh perubahan harga produksi alternatif ini akan menyebabkan terjadinya jumlah produksi yang semakin meningkat atau sebaliknya semakin menurun.

#### 2.4.2 Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antara harga (P) dengan jumlah barang (Q) yang ditawarkan. Fungsi penawaran harus sesuai dengan hukum penawaran yang menyatakan bahwa “Bila harga barang naik, maka jumlah penawarannya bertambah dan bila harga barang turun, maka jumlah penawarannya berkurang”. Jadi dalam fungsi penawaran antara harga barang dan jumlah barang yang ditawarkan memiliki hubungan positif, karenanya gradien (b) dari fungsi penawaran selalu positif.

Dengan demikian, hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan adalah positif atau berbanding lurus. Bentuk umum fungsi penawaran adalah :

$$P = a + b Q \text{ atau } Q = a + b P$$

Keterangan:

Q : jumlah barang yang ditawarkan

P : harga barang per unit

a : angka konstanta (berupa angka)

b : gradien atau kemiringan (yang ada hurufnya)

Adapun syarat fungsi penawaran adalah:

a. nilai a boleh positif atau negative (+ / - )

b. nilai b harus positif (+)

Untuk mencari persamaan fungsi penawaran, rumusnya sama dengan rumus menentukan fungsi permintaan, yaitu :

$$\frac{P-P_1}{P_2-P_1} = \frac{Q-Q_1}{Q_2-Q_1}$$

## 2.5 Pendapatan

Pengertian umum pendapatan adalah hasil atau upah yang didapat dari bekerja atau berwirausaha. Hernanto (1994), menyatakan bahwa besarnya pendapatan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan usahatani tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti luas lahan, tingkat produksi, identitas pengusaha, pertanaman, dan efisiensi penggunaan tenaga kerja.

Pendapatan adalah penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan maupun natural. Pendapatan atau juga disebut income dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang berlaku di pasar faktor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang di pasar barang) ditentukan oleh daya tarik menarik, antara penawaran dan permintaan (Hermanto 1994)

Untuk menyelesaikan total pendapatan, rumusnya yaitu :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = Total *Reveniew* (Pendapatan total)

P = *Price* (Harga)

Q = *Quantity* (Jumlah yang dihasilkan)

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Amanatuz Zuhriyah (2010) dengan judul skripsi “ Analisis Permintaan dan Penawaran Susu Segar di Jawa Timur”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder deret waktu (*time series*) tahunan selama 20 tahun mulai tahun 1986-2005. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan metode ekonometrik dengan persamaan simultan menggunakan *reduced form*. Permintaan susu segar di Jawa Timur sesuai hasil analisis dipengaruhi oleh harga susu segar, konsumsi susu segar perkapita dan pendapatan perkapita penduduk. Sementara itu penawaran susu segar dipengaruhi oleh jumlah produksi susu segar dan impor susu.

Sedangkan menurut Asmidah (2013) dengan judul skripsi ” Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran jeruk manis di Pasar Tradisional Kota Medan Provinsi Sumatera Utara (Studi Kasus : Pusat Pasar Kecamatan Medan Kota, Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, dan Pasar Medan Deli Kecamatan Medan Barat)”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Metode pengambilan sampel menggunakan metode penelusuran (*accidental*). Adapun jumlah sampel sebanyak 60 sampel, yaitu 30 sampel adalah pembeli jeruk manis dan 30 sampel penjual jeruk manis. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda dengan memakai uji asumsi klasik dan dengan alat bantu perangkat lunak SPSS.

Permintaan jeruk manis secara serempak dipengaruhi oleh harga beli konsumen, pendapatan, dan jumlah tanggungan. Hal ini dapat dilihat dari uji F,

dimana F-hitung (35,388) > F-tabel (2,975) pada  $\alpha = 5\%$ . Secara parsial harga beli konsumen berpengaruh terhadap jumlah permintaan jeruk manis dapat dilihat pada uji t, dimana t-hitung (4,584) > t-tabel (2,048), secara parsial pendapatan konsumen berpengaruh terhadap jumlah permintaan jeruk manis, dimana t-hitung (7,558) > t-tabel (2,048), dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh terhadap permintaan jeruk manis, dimana t-hitung (1,143) < t-tabel (2,048).

Penawaran jeruk manis secara serempak dipengaruhi oleh harga beli pedagang, biaya penjualan, dan keuntungan. Hal ini dapat dilihat dari uji F, dimana F hitung (50,629) > F tabel (2,975) pada alfa5%. Secara parsial harga beli pedagang tidak berpengaruh terhadap jumlah penawaran jeruk manis dapat dilihat pada uji t, dimana t-hitung (-0,887) < t-tabel (2,048), secara parsial biaya penjualan berpengaruh terhadap jumlah penawaran jeruk manis, dimana t-hitung (2,182) > t-tabel (2,048), dan keuntungan berpengaruh terhadap penawaran jeruk manis, dimana t-hitung (3,782) > t-tabel (2,048).

Menurut Syafi'ah (2010) melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Penawaran Salak Pondok (*Sallaca edullis*) di Kabupaten Sleman. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (time series) selama 18 tahun dari tahun 1990-2007.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* di Kabupaten Sleman. Metode analisis data menggunakan metode *deskriptis analitis*. Hubungan antara penawaran salak pondoh dengan faktor-faktor yang di duga berpengaruh dirumuskan dalam model lag yang di distribusikan dengan pendekatan model penyesuaian Nerlove.

Dari hasil analisis diperoleh nilai *adjusted R*<sup>2</sup> sebesar 0,974. Dan dari uji F diperoleh nilai F (0,000) signifikan pada tingkat kepercayaan 99%. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel harga salak pondoh tahun sebelumnya, jumlah pohon panen salak pondoh tahun sebelumnya, harga pupuk SP-36 tahun t-1, rata-rata curah hujan tahun tanam dan jumlah produksi salak pondoh tahun sebelumnya merupakan variabel yang berpengaruh nyata terhadap penawaran salak pondoh di Kabupaten Sleman.

