

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia selama ini dikenal sebagai negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, sehingga sering disebut sebagai negara agraris yang berarti negara yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan.

Di Indonesia sektor pertanian dibagi menjadi lima subsektor yaitu subsektor pertanian pangan, subsektor perkebunan, subsektor kehutanan, subsektor peternakan dan subsektor perikanan. Sektor pertanian terus dituntut berperan dalam perekonomian nasional melalui pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), perolehan devisa, penyediaan pangan dan bahan baku industri, pengentasan kemiskinan, penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Indonesia merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan yang sangat penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian atau dilihat dari besarnya devisa yang berasal dari pertanian (Mubyarto, 2007)

Kegiatan ekonomi yang berbasis pada tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan yang sangat penting di Indonesia. Disamping melibatkan tenaga kerja terbesar dalam kegiatan produksi, produknya juga merupakan bahan pangan pokok dalam konsumsi pangan di Indonesia. Dengan kedudukannya

sebagai bahan pangan pokok, produk tanaman pangan dan hortikultura menjadi faktor utama dalam menentukan biaya hidup di Indonesia sedemikian rupa, sehingga memungkinkan pangsa biaya tenaga kerja dalam struktur biaya produksi barang dan jasa tergolong terendah di dunia (Saragih, 2010)

Bawang Merah merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditas sayuran ini termasuk kedalam kelompok rempah tidak bersubstitusi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta obat tradisonal. Komoditas ini juga merupakan sumber pendapatan dan kesempatan kerja yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi wilayah (Balitbang Pertanian, 2006).

Permintaan Bawang Merah dimasyarakat selalu tinggi tidak bisa diimbangi dengan produksi yang terus-menerus pula. Hal tersebut disebabkan karena bawang merah merupakan tanaman semusim terutama ditanam pada musim kemarau dan akhir musim hujan. Pada musim kemarau akan terjadi panen raya bawang merah dan pada musim penghujan akan terjadi musim paceklik bawang merah. Saat panen raya terjadi kelebihan pasokan sehingga penawaran terhadap bawang merah meningkat sangat besar, hal ini menyebabkan harga bawang merah menjadi turun, sedangkan pada musim paceklik terjadi kekurangan pasokan dan permintaan bawang merah oleh petani cenderung menurun sehingga harga menjadi naik, padahal kebutuhan masyarakat akan bawang merah semakin meningkat. Menurut penelitian, bawang merah mengandung kalsium, fosfor, zat besi, karbohidrat, vitamin seperti A dan C (Irawan, 2010).

Bawang merah (*Allium cepa* L. kelompok Agregatum) merupakan salah satu komoditas sayuran unggul yang sejak lama sudah dibudidayakan

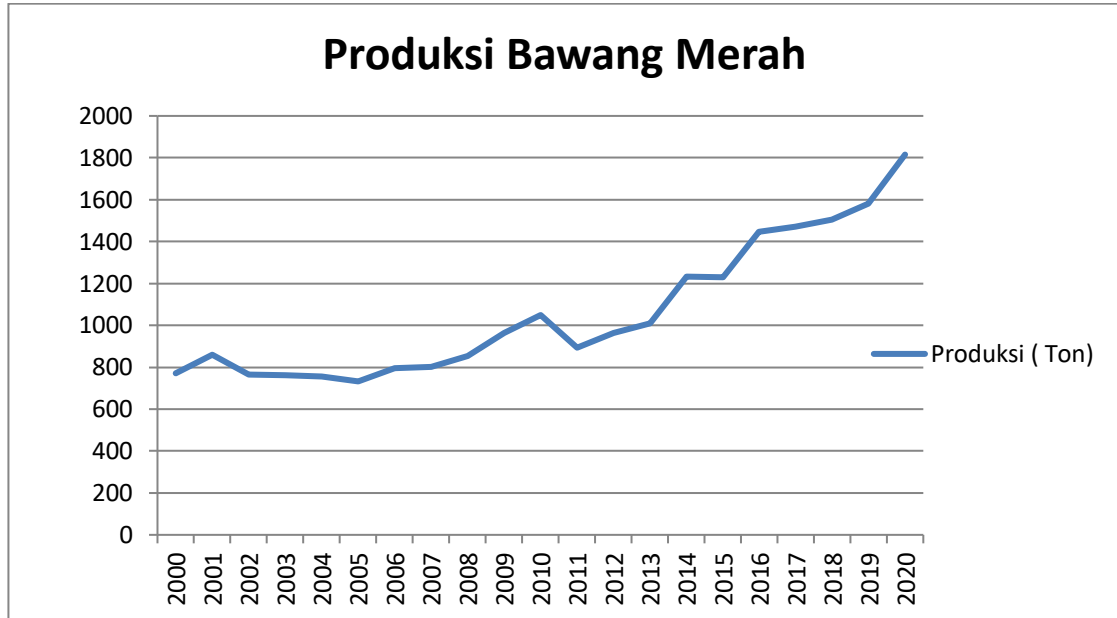
oleh petani secara kontinue. Kebutuhan masyarakat terhadap bawang merah akan terus meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk. Komoditas ini merupakan sumber pendapatan yang cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi daerah maupun wilayah di bahagian Indonesia. Karena kegunaan bawang merah sebagai kebutuhan penunjang rumah tangga untuk pelengkap bumbu masak sehari-hari (Wibowo, 2005).

Bawang Merah yang dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dikonsumsi untuk kebutuhan sehari-hari dan memiliki beberapa varietas yaitu “Bima Brebes, Medan, Probolinggo, Keling Maja, Sumenep, Kuning, Kuning Gombong, Bali Djo, Bauji, dan Menteng”.

Tanaman Bawang Merah termasuk tanaman yang sangat membutuhkan pupuk untuk dapat mencapai produksi maksimal. Pemberian pupuk organik adalah salah satu kegiatan yang dapat meningkatkan kesuburan tanah apabila dilakukan secara benar.

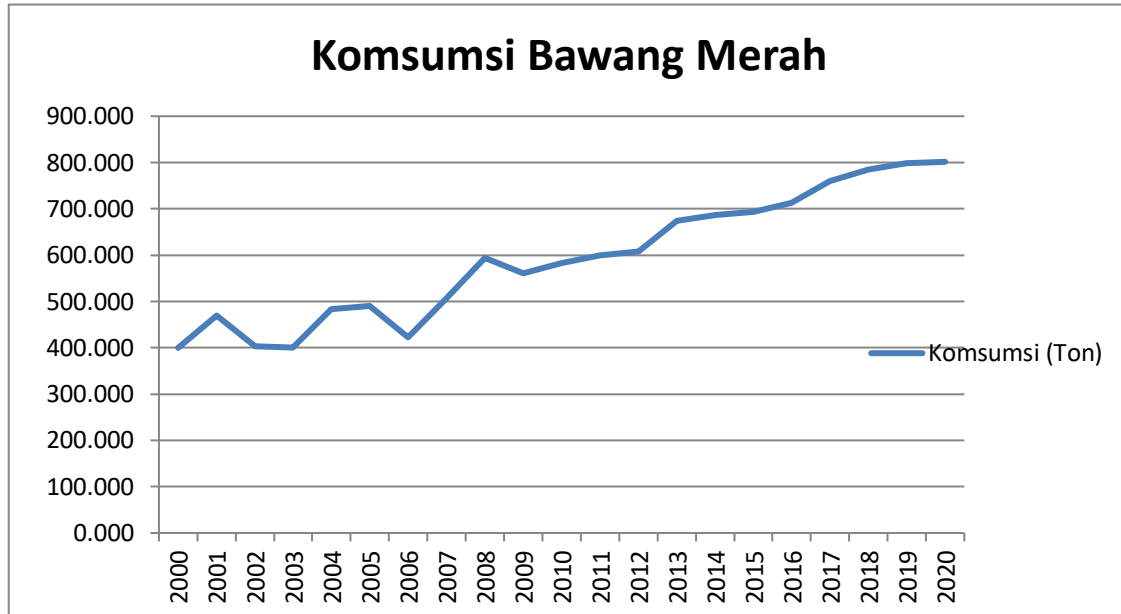
Pupuk organik merupakan bahan pembenahan tanah yang paling baik dan alami dari pada bahan pembenahan yang lain.

Gambar 1. Produksi Bawang Merah Di Indonesia



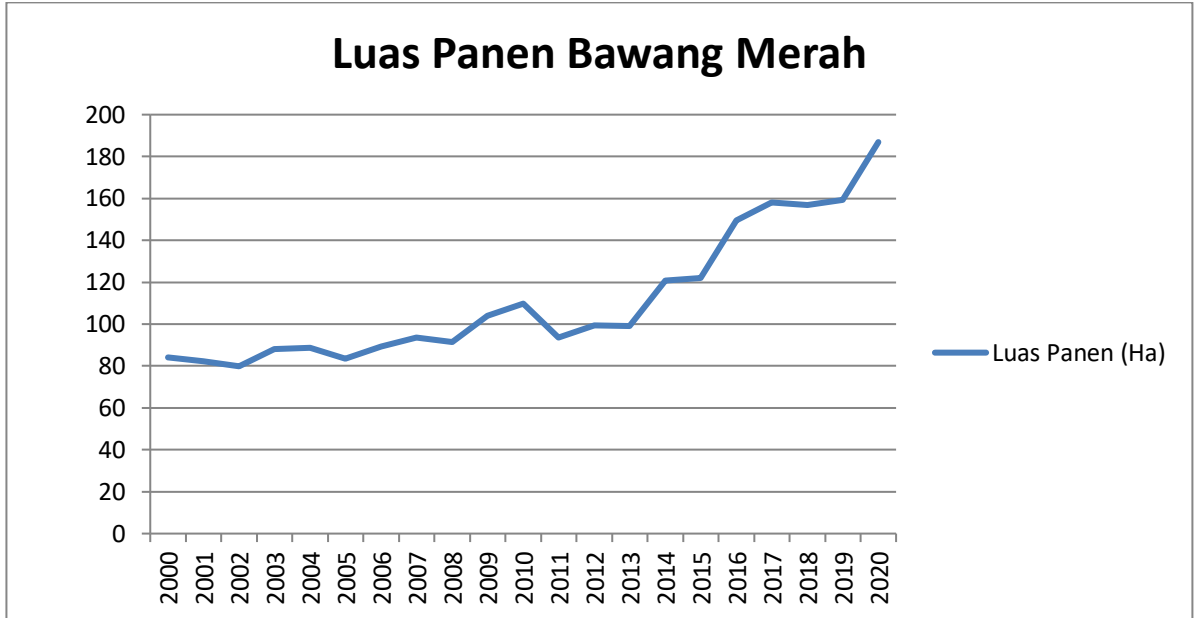
Perkembangan produksi bawang merah di Indonesia dalam dua puluh tahun terakhir mengalami perubahan setiap tahunnya. Pada tahun 2000 produksi bawang merah di Indonesia sebanyak 772,818 ribu ton, terus mengalami peningkatan pada tahun 2010 sebesar 1.048,934 juta ton, selama kurun waktu kurang dari dua puluh tahun terjadi nya produksi bawang merah terendah pada tahun 2005 sebesar 732,610 ribu ton, kemudian produksi bawang merah mengalami kenaikan yang signifikan tinggi pada tahun 2020 sebesar 1.311,445 juta ton,

Gambar 2. Komsumsi Bawang Merah Di Indonesia



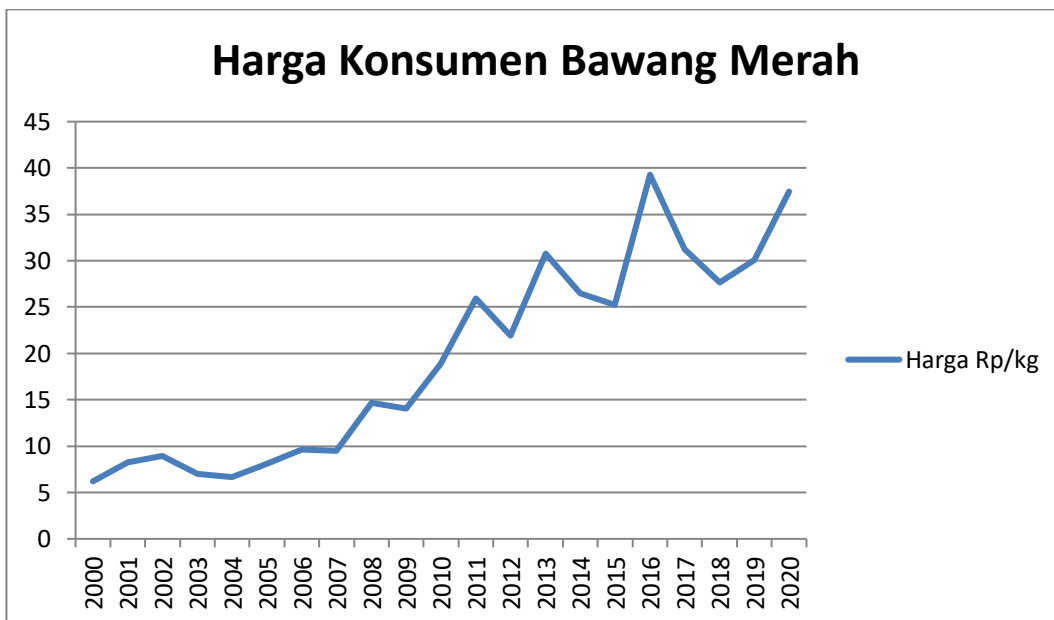
Perkembangan komsumsi bawang merah di Indonesia dalam dua puluh tahun terakhir mengalami perubahan setiap tahunnya. Pada tahun 2000 komsumsi bawang merah di Indonesia sebanyak 399,797 ribu ton, selalu mengalami turun dan naik yang cenderung ke arah peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 2008 komsumsi bawang merah meningkat tinggi sebesar 626,58 ribu ton lalu komsumsi kembali mengalami penurunan ditahun selanjutnya dan kemudian meningkat cukup tajam menjadi 671,71ribu ton pada tahun 2017, lalu puncak komsumsi bawang merah tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebanyak 729,82 ribu ton.

Gambar 3. Luas Panen Bawang Merah Di Indonesia



Perkembangan luas panen bawang merah di Indonesia dalam dua puluh tahun terakhir mengalami perubahan setiap tahunnya. Pada tahun 2000 produksi bawang merah di Indonesia sebanyak 84.038 ribu Ha, selalu mengalami penurunan setiap tahunnya, namun pada tahun 2006 produksi bawang merah di Indonesia mengalami peningkatan sedikit sebesar 89.188 ribu Ha, dari tahun sebelumnya sebesar 83.614 ribu Ha, lalu kembali mengalami penurunan sampai pada tahun 2009 mengalami peningkatan dari dua tahun sebelumnya menjadi 104.009 ribu Ha, kemudian luas panen kembali turun dan naik dalam periode 10 tahun sampai pada puncak luas panen terbesar selama 20 tahun terjadi pada tahun 2020 sebesar 186.900 ribu Ha.

Gambar 4. Harga Konsumen Bawang Merah Di Indonesia



Perkembangan harga bawang merah di Indonesia dalam dua puluh tahun terakhir mengalami perubahan setiap tahunnya. Pada tahun 2000 harga bawang merah di Indonesia sebesar 6.206 ribu Rp/kg, lalu harga mengalami naik dan turun selama kurun waktu 5 tahun, kemudian harga kembali naik pada tahun 2006 sebesar 9.667 ribu Rp/kg, pada tahun 2010 harga naik cukup tinggi sebesar 18.894 ribu Rp/kg, lalu kembali naik pada tahun 2013 sebesar 30.751 ribu Rp/kg, puncak peningkatan harga yang cukup tajam terjadi tahun 2016 sebesar 39.274 ribu Rp/kg sebagai akibat pasokan produksi bawang merah dalam negeri kurang dan masih harus mengandalkan impor. Namun di tahun 2018 harga menurun karena adanya upaya untuk meningkatkan tanam dan produksi dari dalam negeri sesuai dengan instruksi wajib tanam kepada importir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah konsumsi bawang merah berpengaruh terhadap produksi di Indonesia dari tahun 2000-2020 ?
2. Apakah luas areal panen bawang merah berpengaruh terhadap produksi di Indonesia dari tahun 2000-2020 ?
3. Apakah harga bawang merah berpengaruh terhadap produksi di Indonesia dari tahun 2000-2020 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah konsumsi bawang merah berpengaruh kepada produksi di Indonesia
2. Untuk mengetahui seberapa luas areal panen bawang merah yang mempengaruhi produksi di Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah harga bawang merah berpengaruh terhadap jumlah produksi di Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pemerintah

Sebagai referensi bagi pemerintah dalam menentukan arah kebijakan pertanian komoditi bawang merah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini hanya dilakukan untuk mengetahui seberapa besar produksi bawang merah di Indonesia yang dapat mempengaruhi harga, luas panen dan konsumsinya, bahwasanya dalam penulisan proposal ini masih banyak kesalahan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna dapat memperbaiki dalam penulisan selanjutnya dan penulis berharap proposal ini dapat berguna untuk penelitian-penelitian berikutnya.

3. Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan

Semakin banyak nya penelitian akan semakin terbuka informasi dan cara efektif dalam mengatasi beberapa masalah terkait bawang merah di Indonesia

1.5. Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Sampel dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data dari tahun 2000-2020 yang diperoleh dari sumber lain. Adapun sumber data dalam penelitian ini dari Kementrian Pertanian (*Outlook* Bawang merah).

BAB II

TINJAU PUSAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Bawang Merah (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*)

Bawang Merah (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*) adalah salah satu bumbu masak utama dunia yang berasal dari Iran, Pakistan, dan pegunungan-pegunungan di sebelah utaranya, tetapi kemudian menyebar ke berbagai penjuru dunia, baik sub-tropis maupun tropis. Wujudnya berupa umbi yang dapat dimakan mentah, untuk bumbu masak, acar, obat tradisional, kulit umbinya dapat dijadikan zat pewarna dan daunnya dapat pula digunakan untuk campuran sayur. Tanaman penghasilnya disebut dengan nama sama.



Gambar 2.1.1 Bawang Merah

Klasifikasi tanaman bawang merah :

- Kerajaan : Plantae
- Divisio : Magnoliophyta
- Kelas : Liliopsida
- Bangsa : Liliales
- Suku : Liliaceae
- Marga : *Allium*
- Jenis : *Allium cepa* L.var.*aggregatum*

Bawang Merah termasuk salah satu di antara tiga anggota bawang yang paling populer dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi di samping bawang merah dan bawang bombay. Kualitas bawang merah yang disukai pasar adalah berwarna merah atau kuning mengilap, bentuknya padat, aromanya harum saat digoreng, dan tahan lama. Beberapa varietas unggul tanaman bawang merah yang berkembang di Indonesia adalah sebagai berikut : bawang merah bima brebes, bawang merah sumenep, bawang merah ampenan, bawang merah bali, bawang merah medan, bawang merah kramat 1 dan 2, bawang merah australia, bawang merah bangkok, dan bawang merah Filipina. Sejak zaman dahulu bawang merah ini menjadi andalan manusia untuk pengobatan dan kesejahteraan sehingga selalu dilambungkan pada peninggalan sejarah. Sampai kini pun bawang merah masih banyak digunakan untuk pengobatan dan juga sebagai bumbu penyedap masakan (Wibowo, 2009).

2.2 Produksi

Produksi adalah suatu proses dimana barang dan jasa yang disebut input diubah menjadi barang-barang dan jasa-jasa yang disebut output. Proses perubahan bentuk faktor-faktor produksi tersebut disebut dengan proses produksi. Produksi pada dasarnya merupakan proses penciptaan atau penambahan faedah bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat lebih bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia. Proses perubahan bentuk faktor-faktor produksi tersebut disebut proses produksi. Selain itu produksi dapat ditinjau dari dua pengertian, yaitu pengertian secara teknis dan pengertian secara ekonomis.

Ditinjau dari pengertian secara teknis, produksi merupakan proses pendayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia guna memperoleh hasil yang lebih dari segala pengorbanan yang telah diberikan. Sedangkan bila ditinjau dari pengertian secara ekonomis, produksi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk memperoleh hasil yang terjamin kualitas maupun kuantitasnya, terkelola dengan baik sehingga merupakan komoditi yang dapat diperdagangkan. Adanya hubungan antara faktor-faktor produksi yang digunakan dengan output yang dihasilkan dinyatakan dalam suatu fungsi produksi.

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan produksi, orang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (factors of production). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi. Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa.

Keseluruhan unsur-unsur dalam elemen input tadi selanjutnya dengan menggunakan teknik-teknik atau cara-cara tertentu, diolah atau diproses sedemikian rupa untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Teori produksi

akan membahas bagaimana penggunaan input untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Hubungan antara input dan output seperti yang diterangkan pada teori produksi akan dibahas lebih lanjut dengan menggunakan fungsi produksi. Dalam hal ini, akan diketahui bagaimana penambahan input sejumlah tertentu secara proporsional akan dapat dihasilkan sejumlah output tertentu. Teori produksi dapat diterapkan pengertiannya untuk menerangkan sistem produksi yang terdapat pada sektor pertanian. Dalam sistem produksi yang berbasis pada pertanian berlaku pengertian input atau output dan hubungan di antara keduanya sesuai dengan pengertian dan konsep teori produksi.

2.2.1 Fungsi Produksi

Fungsi Produksi adalah hubungan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakannya. Tujuan dari kegiatan produksi adalah memaksimalkan jumlah output dengan sejumlah input tertentu. Lebih lanjut fungsi produksi juga dijelaskan oleh Nicholson (2002), fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan matematik antara input yang digunakan untuk menghasilkan suatu tingkat output tertentu. Fungsi produksi dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini :

$$q=f(K,L,M,....) \quad (2.1)$$

Dimana **q** adalah output barang – barang tertentu selama satu periode, **K** adalah input modal yang digunakan selama periode tersebut, **L** adalah input tenaga kerja dalam satuan jam, **M** adalah input bahan mentah yang digunakan.

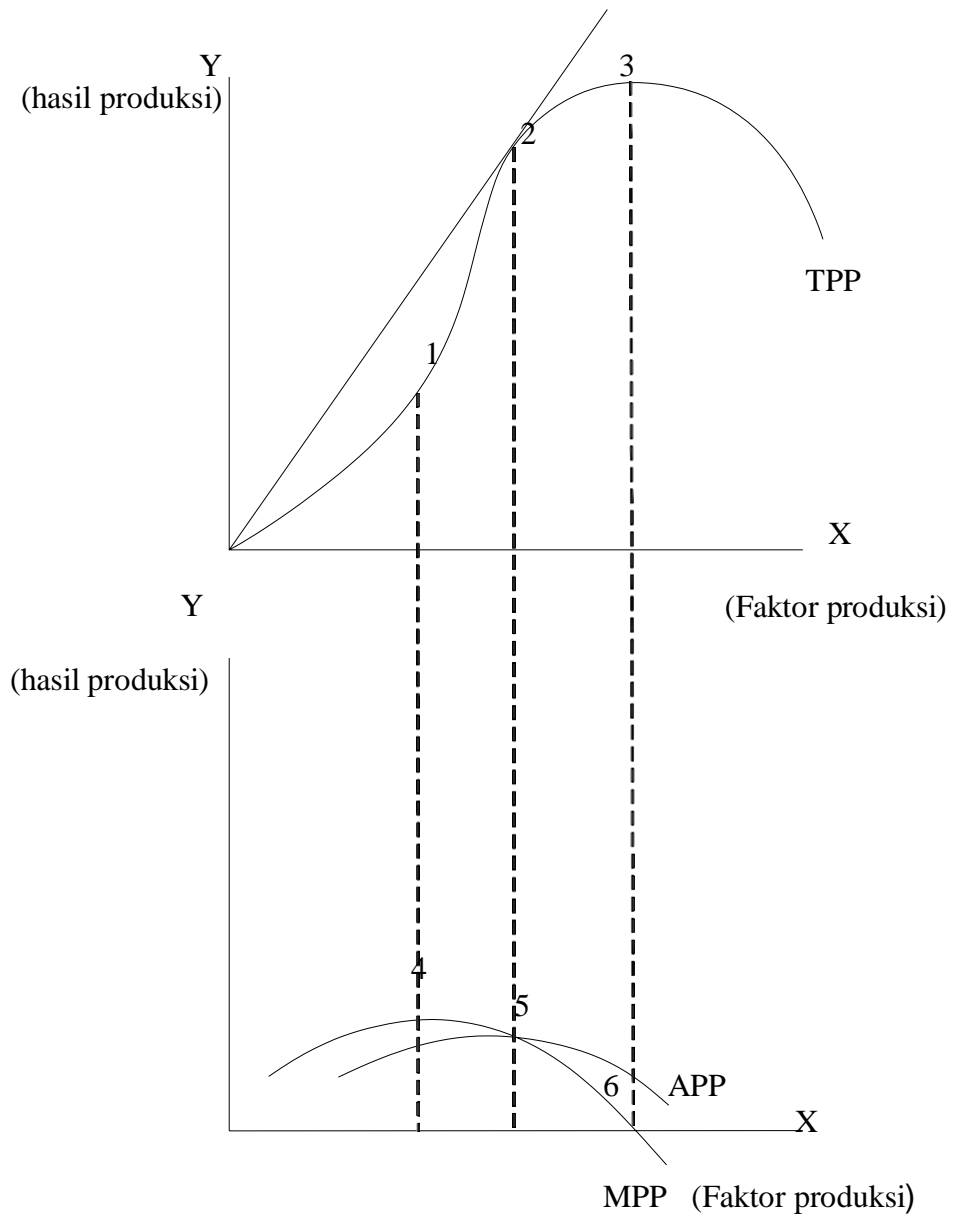
Dari persamaan (2.1) dapat dijelaskan bahwa jumlah output tergantung dari kombinasi penggunaan modal, tenaga kerja, dan bahan mentah. Semakin tepat

kombinasi input, semakin besar kemungkinan output dapat diproduksi secara maksimal. Keberadaan fungsi produksi juga diperjelas oleh Salvatore (1995) yang menjelaskan bahwa fungsi produksi menunjukkan jumlah maksimum komoditi yang dapat diproduksi per unit waktu setiap kombinasi input alternatif, bila menggunakan teknik produksi terbaik yang tersedia.

Dalam teori ekonomi diambil pula satu asumsi dasar mengenai sifat dari fungsi produksi. Yaitu fungsi produksi dari semua produksi dimana semua produsen dianggap tunduk pada suatu hukum yang disebut: *The Law Of Diminishing Returns*. Hukum ini mengatakan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula menaik, tetapi kemudian seterusnya menurun bila input tersebut terus ditambah. Secara grafik penambahan faktor-faktor produksi yang digunakan dapat dijelaskan pada Gambar 2.2.1.

Gambar 2.2.1

Kurva Hubungan TPP, MPP, dan APP



Sumber: Ari Sudarman, 1999

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa pada tingkat permulaan penggunaan faktor produksi, TPP akan bertambah secara perlahan-lahan dengan ditambahnya penggunaan faktor produksi. Pertambahan ini lama kelamaan menjadi semakin cepat dan mencapai maksimum di titik 1, nilai kemiringan dari kurva total produksi adalah marginal produk. Jadi, dengan demikian pada titik tersebut berarti marginal produk mencapai nilai maksimum. Sesudah kurva total produksi mencapai nilai kemiringan maksimum di titik 1, kurva total produksi masih terus menaik. Tetapi kenaikan produksinya dengan tingkat yang semakin menurun, dan ini terlihat pada nilai kemiringan garis singgung terhadap kurva total produksi yang semakin kecil, bergerak ke kanan sepanjang kurva total produksi dari titik 1 nampak bahwa garis lurus yang ditarik dari titik 0 ke kurva tersebut mempunyai nilai kemiringan yang semakin besar. Nilai kemiringan dari garis ini mencapai maksimum di titik 2, yaitu pada waktu garis tersebut tepat menyinggung kurva total produksi. Karena nilai kemiringan garis lurus yang ditarik dari titik 0 ke suatu titik pada kurva total produksi menunjukkan produksi rata-rata di titik tersebut, ini berarti di titik 2 (di titik 5 pada gambar bagian bawah) produksi rata-rata mencapai maksimum.

Mulai titik 2, bila jumlah faktor produksi variabel yang digunakan ditambah, maka produksi naik dengan tingkat kenaikan yang semakin menurun, dan ini terjadi terus sampai di titik 3. Pada titik 3 ini, total produksi mencapai maksimum, dan lewat titik ini total produksi terus semakin berkurang sehingga akhirnya mencapai titik 0 kembali. Di sekitar titik 3, tambahan faktor produksi (dalam jumlah yang sangat kecil) tidak mengubah jumlah produksi yang dihasilkan. Dalam daerah ini nilai kemiringan kurva total sama dengan 0. Jadi, marginal produk pada daerah ini sama dengan 0.

Hal ini tampak pada gambar dimana antara titik 3 dan titik 6 terjadi pada tingkat penggunaan faktor produksi yang sama. Lewat dari titik 3, kurva total produksi menurun, dan berarti marginal produk menjadi negatif. Dalam gambar juga terlihat bahwa marginal produk pada tingkat permulaan menaik, mencapai tingkat maksimum pada titik 4 (titik di mana mulai berlaku hukum *the law of diminishing return*), akhirnya menurun. Marginal produk menjadi negatif setelah melewati titik 6, yaitu pada waktu total produksi mencapai titik maksimum.

Rata-rata produksi pada titik permulaan juga nampak menaik dan akhirnya mencapai tingkat maksimum di titik 5, yaitu pada titik di mana antara marginal produk dan rata-rata produksi sama besar.

Satu hubungan lagi yang perlu diperhatikan ialah marginal produk lebih besar dibanding dengan rata-rata produksi bila mana rata-rata produksi menaik, dan lebih kecil bila mana rata-rata produksi menurun.

Dengan menggunakan gambar di atas kita dapat membagi suatu rangkaian proses produksi menjadi tiga tahap, yaitu tahap I, II, dan III. Tahap I meliputi daerah penggunaan faktor produksi disebelah kiri titik 5, dimana rata-rata produksi mencapai titik maksimum. Tahap II meliputi daerah penggunaan faktor produksi di antara titik 5 dan 6, di mana marginal produk di antara titik 5 dan 6, dimana marginal produk dari faktor produksi variabel adalah 0. Akhirnya, tahap III meliputi daerah penggunaan faktor produksi di sebelah kanan titik 6, dimana marginal produk dari faktor produksi adalah negatif. Sesuai dengan pentahapan tersebut di atas, maka jelas seorang produsen tidak akan memproduksi pada tahap III, karena dalam tahap ini ia akan memperoleh hasil produksi yang lebih sedikit dari penggunaan faktor produksi yang lebih banyak. Ini berarti produsen tersebut

bertindak tidak efisien dalam pemanfaatan faktor produksi. Pada tahap I, rata-rata produksi dari faktor produksi meningkat dengan semakin ditambahkan faktor produksi tersebut. Jadi, efisiensi produksi yang maksimal akan terjadi pada tahap produksi yang ke II (Ari Sudarman, 1999).

2.3 Konsumsi

Sukirno (2007) mengungkapkan bahwa konsumsi merupakan perbelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga untuk barang-barang akhir (final goods) dan jasa-jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan orang tersebut. Menurutnya, pembelanjaan masyarakat atas makanan, pakaian, dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan pembelanjaan atau konsumsi. Barang-barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dinamakan barang konsumsi.

Konsumsi merupakan sebuah kata yang berasal dari Bahasa Inggris yaitu "Consumption". Konsumsi artinya pemenuhan akan makanan dan minuman. Konsumsi mempunyai pengertian yang lebih luas yaitu seluruh pembelian barang dan jasa akhir yang sudah siap dikonsumsi oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan (Eachern, 2001). Menurut T Gilarso (2003), konsumsi merupakan titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat.

Kata konsumsi dalam Kamus Besar Ekonomi diartikan sebagai tindakan manusia baik secara langsung atau tak langsung untuk menghabiskan atau mengurangi kegunaan (utility) suatu benda pada pemuasan terakhir dari kebutuhannya (Sigit dan Sujana, 2007).

Mankiw (2006), mendefinisikan konsumsi sebagai pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang mencakup pembelanjaan rumah tangga pada barang yang tahan lama, kendaraan dan perlengkapan dan barang tidak tahan lama seperti makanan dan pakaian. Jasa mencakup barang yang tidak berwujud konkrit, termasuk pendidikan.

Mubyarto (1989) dalam pertanian subsisten kegiatan produksi petani bercampur dengan kegiatan konsumsi. Hasil-hasil produksi pertanian dibagi untuk konsumsi dan untuk pasar. Hasil produksi pertanian sebagian besar digunakan untuk konsumsi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumsi dapat didefinisikan sebagai kegiatan pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman rumah tangga konsumen.

2.4 Luas Panen

luas panen adalah luas tanaman yang dipungut hasilnya setelah tanaman tersebut cukup umur.

Luas lahan adalah besarnya areal tanam yang digunakan petani untuk melakukan usahatani padi selama satu kali musim tanam yang diukur dalam satuan hektar (ha). Luas panen adalah jumlah areal sawah yang dapat memproduksi beras setiap tahunnya (Afrianto, 2010).

Luas lahan garapan adalah jumlah seluruh lahan garapan yang diusahakan petani. Luas lahan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan petani. Sesuai dengan pendapat Soekartawii (1990 : 4) dalam Sucihati ningsih (2013) bahwa semakin luas lahan garapan yang diusahakan petani, maka akan semakin besar produksi yang dihasilkan dan pendapatan yang akan diperoleh bila disertai dengan

pengolahan lahan yang baik.

Konversi lahan dilakukan dengan mengganti lahan pertanian dengan lahan pemukiman. Pertambahan jumlah penduduk juga akan meningkatkan kebutuhan pangan. Ketersediaan beras akan berkurang dikarenakan lahan untuk pertanian sudah dikonversi menjadi lahan pemukiman ditambah lagi dengan jumlah penduduk yang semakin bertambah. Kompetisi diantara berbagai kepentingan terhadap lahan makin ketat. Atas nama pembangunan seringkali lahan pertanian yang menjadi korban atau dikorbankan.

2.5 Produktivitas

Produktivitas tanah pertanian sangat berbeda-beda baik diukur dalam bentuk keluaran kasar per hektar, yang disebut “hasil” atau “hasil per hektar, dimana keluaran dari kedua bidang tanah itu dibandingkan, dengan semua masukan faktor yang identik atau setelah dikurangi dengan kontribusi dari masukan-masukan lainnya (Kartasapoetra dkk, 1988).,

Produktivitas merupakan produksi setiap jenis komoditas per luas panen dalam satuan hektar. Rata-rata produksi per hektar untuk komoditas padi dalam bentuk gabah kering panen per satuan luas panen bersih. Produktivitas lahan adalah rata-rata jumlah beras yang dapat dihasilkan dari 1 hektare lahan per tahun (Afrianto, 2010).

2.6 Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang

diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Pengertian harga menurut Swastha “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya“.Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjualan.Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan Menurut Kotler “Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya .

Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau customer, akhirnya akan berdampak pada lesu atau menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya.

Selain dalam bauran pemasaran yang terdiri dari Product, Place, Price, serta Promotion, unsur Price atau harga ini merupakan suatu unsur yang bisa mendatangkan tingkat profitabilitas bagi perusahaan. Karena unsur lainnya akan menambah pengeluaran dari suatu perusahaan menjadi lebih besar.

2.6.1 Indeks Harga Konsumen (IHK)

Indeks Harga Konsumen (IHK) merupakan salah satu indikator ekonomi penting yang dapat memberikan informasi mengenai perkembangan harga barang dan atau jasa yang dibayar oleh konsumen di suatu wilayah. Dikatakan oleh (Venkadasalam, 2015) bahwa “Consumer price index reflects changes in the cost to the average consumer of acquiring a basket of goods and services that may be fixed or changed at specified intervals, such as yearly”. Penghitungan IHK ditujukan untuk mengetahui perubahan harga dari sekelompok tetap barang atau jasa yang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat setempat (M. S. Frits Fahridws Damanik & S.Magdalena Sinaga, 2014). Indeks harga sangat diperlukan dalam kegiatan ekonomi, sebab kenaikan dan penurunan harga merupakan informasi penting untuk mengetahui perkembangan ekonomi. Angka indeks atau biasa disebut indeks (yang selalu dinyatakan dalam persen) merupakan suatu ukuran statistik yang menunjukkan perubahan atau perkembangan keadaan (kegiatan atau peristiwa) yang sama jenisnya yang berhubungan satu dengan lainnya dalam dua waktu yang berbeda. Singkatnya, angka indeks merupakan suatu ukuran untuk membandingkan dua keadaan yang sama jenisnya dalam dua waktu yang berbeda.

Fungsi angka indeks adalah sebagai petunjuk kondisi perekonomian secara umum (Saputra, Setiawan, & Mahatma, 2012) oleh karena itu Indeks Harga Konsumen (IHK) sering digunakan untuk mengukur tingkat inflasi suatu negara dan juga sebagai pertimbangan untuk penyesuaian gaji, upah, uang pensiun, dan kontrak lainnya (Lesnussa, Patty, Mahu, & Matdoan, 2018). IHK juga dapat dikatakan sebagai salah satu indikator ekonomi yang dapat digunakan untuk membuat analisis sederhana tentang sekilas perkembangan ekonomi di suatu

daerah pada periode tertentu (Juniaryono, 2013). Laju Indeks Harga Konsumen (IHK) adalah laju inflasi yang disebabkan oleh meningkatnya tekanan permintaan barang dan jasa (permintaan agregat) dalam perekonomian, beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab laju inflasi yang bersifat permanen adalah interaksi antara ekspektasi masyarakat terhadap inflasi. Ada beberapa rumus yang digunakan untuk menghitung nilai Indeks Harga Konsumen (IHK) antara lain Indeks Laspeyres, Indeks Paasche, Indeks Fisher. Namun formula yang biasa dipakai di banyak negara termasuk Indonesia adalah Indeks

2.6.2 Indeks Harga Produsen (IHP)

Indeks Harga Produsen (IHP) adalah angka indeks yang menggambarkan tingkat perubahan harga di tingkat produsen. Pengguna data dapat memanfaatkan perkembangan harga produsen sebagai indikator dini harga grosir maupun harga eceran. Selain itu dapat juga digunakan untuk membantu penyusunan neraca ekonomi (PDB/PDRB), distribusi barang, margin perdagangan, dan sebagainya.

Sesuai dengan Manual Producer Price Index (PPI), penghitungan IHP yang ideal dirancang menurut tingkatan produksi - Stage of Production (SoP), yakni preliminary demand (produk awal), intermediate demand (produk antara), dan final demand (produk akhir). Namun IHP (2010=100) yang disajikan BPS baru mencakup final demand (produk akhir).

IHP dihitung menggunakan formula Laspeyres yang dimodifikasi, dengan tahun dasar 2010=100. Hal ini berkaitan dengan sumber data yang digunakan untuk menyusun diagram timbang yaitu Tabel Input-Output 2010 Updating. Data IHP tersebut disajikan BPS secara triwulanan, dan baru sampai tingkat/level nasional

dalam bentuk indeks gabungan, indeks sektor dan indeks subsektor.

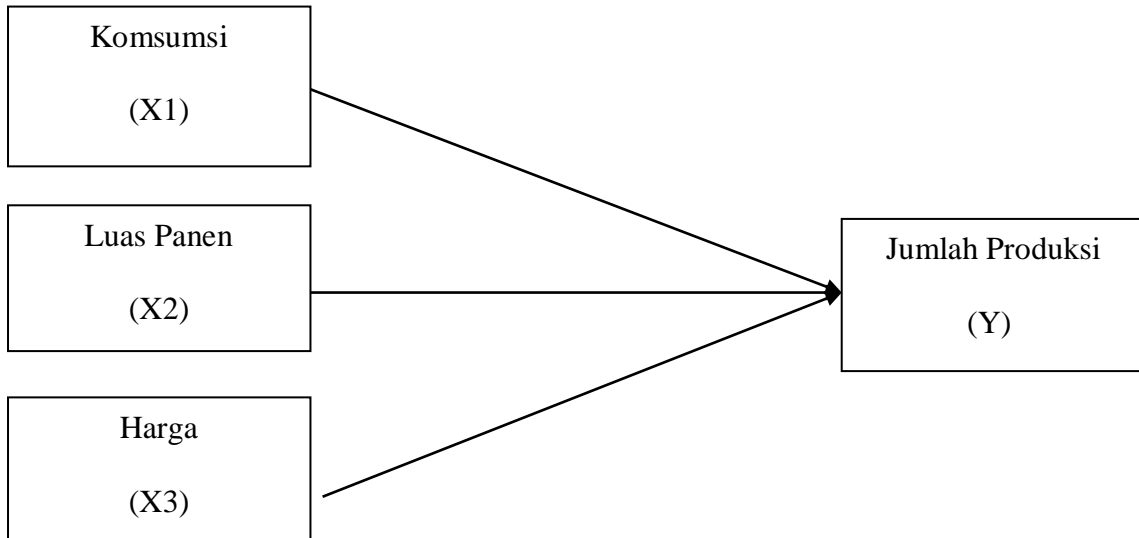
Harga yang digunakan untuk menghitung IHP bersumber dari Survei Harga Produsen dan data sekunder. Pengumpulan harga dilakukan setiap bulan (tanggal 1-15). Pemilihan responden dilakukan secara purposive, sedangkan pemilihan komoditas menggunakan kriteria cut off point. Pengelompokan komoditas dalam IHP didasarkan pada Klasifikasi Baku Komoditi Indonesia (KBKI).

Mulai tahun 2014, pengumpulan data Survei Harga Produsen mengalami perluasan cakupan yaitu Sektor Akomodasi, Makanan dan Minuman. Pengumpulan data dilakukan setiap bulan, tanggal 1-15 di 18 provinsi (Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Sumatera Selatan, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Banten, Bali, NTB, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan dan Papua). Sejak triwulan I-2015, penyajian data IHP (2010=100) selain terdiri dari IHP Gabungan yang meliputi Sektor Pertanian, Pertambangan dan Penggalian, dan Industri Pengolahan, juga disajikan IHP Sektor Akomodasi, Makanan dan Minuman.

2.7 Kerangka Pemikiran

Produksi merupakan suatu proses transformasi input menjadi output. Input dalam usaha tani bawang merah adalah konsumsi, luas panen, dan harga. Sementara output dari usaha tani bawang merah adalah produksi bawang merah. Input dalam usaha tani tersebut mempunyai pengaruh terhadap produksi bawang merah.

GAMBAR
KERANGKA PEMIKIRAN



Berdasarkan kerangka pikiran diatas penelitian menggunakan analisis deskriptif untuk melihat pengaruh antara variabel independen yaitu luas panen (X1), produktivitas (X2) dan harga jual (X3) dengan variabel dependen yaitu produksi cabai merah (Y). Yang akan diteliti dan dianalisis menggunakan metode Regresi Linear Berganda.

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada nya pengaruh komsumsi (X1) terhadap produksi (Y) bawang merah di Indonesia dari tahun 2000 – 2020.
2. Ada nya pengaruh luas panen (X2) terhadap produksi (Y) bawang merah di Indonesia dari tahun 2000 – 2020.

3. Ada nya pengaruh harga jual (X3) terhadap produksi (Y) bawang merah di Indonesia dari tahun 2000 – 2020.

2.9 Penelitian Terdahulu

Keseluruhan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu dapat dijadikan dasar dan bahan pertimbangan dalam mengkaji penelitian ini.

Menurut penelitian Sarifa Aini (2022) yang berjudul “ANALISIS PERMINTAAN BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L) PADA TINGKAT KONSUMEN RUMAH TANGGA DI KOTA TARAKAN”, Penelitian ini bermaksud untuk menjawab dua pertanyaan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan bawang merah dan menganalisis elastisitas permintaan bawang merah di daerah penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan secara Purposive berdasarkan pertimbangan bahwa daerah yang diteliti merupakan salah satu sentra perdagangan terbesar yang ada di Kota Tarakan. Pengambilan sampel konsumen digunakan dengan metode sampling kebetulan (Accidental Sampling) yakni konsumen yang sedang membeli Bawang Merah. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan alat bantu SPSS. Untuk menganalisis koefisien elastisitas permintaan bawang merah digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,861 yang berarti bahwa 86,1% persen variasi permintaan bawang merah dapat dijelaskan oleh variabel harga bawang merah, pendapatan, dan jumlah tanggungan sedangkan sisanya yaitu sebesar 13,9% dijelaskan oleh

variabel lain diluar penelitian. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel independent (X) berpengaruh nyata terhadap variabel dependent (Y) yang artinya input yang digunakan memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan bawang merah di kota Tarakan. Secara parsial (uji t) variabel harga bawang merah (X1) dengan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan variabel pendapatan dengan nilai Sig. sebesar $0,037$ berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah. Sedangkan untuk jumlah tanggungan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan bawang merah dikarenakan nilai signifikannya $> 0,05$. Hasil elastisitas permintaan terhadap harga bawang merah bersifat inelastis, dengan nilai koefisien sebesar $0,786$.

Menurut penelitian Revi Sunaryati (2016) yang berjudul “Analisis permintaan beras di Provinsi Kalimantan Tengah”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan beras di Provinsi Kalimantan Tengah selama 20 tahun terakhir, dan untuk menentukan elastisitas permintaan beras di Provinsi Kalimantan Tengah. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa model analisis statis disesuaikan dengan nilai R^2 $0,945$, yang berarti proporsi kontribusi variabel independen 22 terhadap variabel dependen sebesar $94,50\%$, sedangkan sisanya $5,50\%$ dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti rasa, keinginan dan preferensi konsumen. Berdasarkan uji F harga variabel beras, harga mie instan, pendapatan per kapita, penduduk, dan pendidikan bersama-sama secara signifikan mempengaruhi permintaan beras. Berdasarkan t-test variabel jumlah orang secara signifikan

mempengaruhi permintaan beras pada tingkat 95%, sementara variabel pendapatan per kapita dan pendidikan secara signifikan mempengaruhi permintaan beras pada tingkat kepercayaan 90%. Variabel yang ditentukan dalam model tidak mempengaruhi permintaan beras di Provinsi Kalimantan Tengah adalah harga beras dan harga mie instan. Elastisitas permintaan untuk model statis berdasarkan elastisitas harga, menunjukkan harga yang tidak elastis. Berdasarkan lintas elastisitas, harga mie instan tidak termasuk barang substitusi. Berdasarkan elastisitas pendapatan, pendapatan per kapita lebih rendah.

Menurut penelitian Angelia Leovita dan Dian Fauzi (2018) yang berjudul “Analisis permintaan Beras di Kota Padang Sumatera Barat : pendekatan Ordinary Least Squares” tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan beras. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode pendekatan kuadrat terkecil atau OLS (Ordinary Least Squares) dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga beras, harga jagung dan jumlah penduduk secara simultan berpengaruh terhadap permintaan beras. Berdasarkan uji t, variabel harga beras dan jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel harga jagung berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Menurut penelitian A. A. Saputra, S. Marzuki, dan D. Sumarjono (2017) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras dan elastisitas permintaan telur ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah survey. Metode pengambilan sampel

menggunakan metode Multistage Cluster Sampling. Jumlah responden yang 23 diambil sebanyak 120 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara serempak harga telur ayam ras, harga telur bebek, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan telur ayam ras ($P < \text{sig. } 0,05$). Nilai R square sebesar 0,921 berarti bahwa 92,1% variabel ini menjelaskan permintaan cabai rawit sedangkan sisanya sebesar 7,9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model. Selain itu, secara parsial harga cabai rawit (X1) ($\text{sig. } 0,001 < \text{sig. } 0,05$), rata-rata penerimaan warung (X6) ($\text{sig. } 0,000 > \text{sig. } 0,05$), dan skala usaha (X7) ($\text{sig. } 0,046 < \text{sig. } 0,05$), berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit. Sedangkan harga ayam (X2) ($\text{sig. } 0,129 > \text{sig. } 0,05$), harga beras (X3) ($\text{sig. } 0,0976 > \text{sig. } 0,05$), harga minyak goreng (X4) ($\text{sig. } 0,676 > \text{sig. } 0,05$), harga jual rata-rata masakan dengan cabai rawit (X5) ($\text{sig. } 0,174 > \text{sig. } 0,05$) secara parsial tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit. Karena, nilai signifikan dari variabel tersebut lebih besar dari pada tingkat kepercayaan 5%. Elastisitas permintaan terhadap harga cabai rawit bersifat inelastis, dengan nilai koefisien sebesar -0,003