

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMINTAAN KERIPIK TEMPE DI SENTRA OLEH-OLEH  
KEDUNG JENAR, KABUPATEN BLORA**

***ANALYSIS OF FACTORS THAT AFFECTS  
THE DEMAND OF TEMPE CHIPS IN CENTER OF  
KEDUNG JENAR HOME INDUSTRY, BLORA REGION***

**Destisya Firsty Bianridha\*, Agus Setiadi, Suryani Nurfadillah**

Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Sudarto. No 13 Tembalang, Kota Semarang

\*E-mail: destisyafirsty@students.undip.ac.id

(Diterima 23-03-2022; Disetujui 01-06-2022)

**ABSTRAK**

Keripik tempe merupakan produk olahan kedelai yang dikonsumsi sebagai camilan yang mempunyai permintaan tinggi di masyarakat, khususnya Kabupaten Blora. Permintaan keripik tempe dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain harga keripik tempe, harga keripik bawang, harga keripik pelepah pisang, usia, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan keripik tempe dan untuk menganalisis elastisitas permintaan keripik tempe di Sentra Oleh-Oleh Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan 100 responden. Penentuan responden menggunakan metode *accidental sampling*. Data dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Secara parsial, variabel harga keripik tempe, harga keripik bawang, usia, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli berpengaruh terhadap permintaan keripik tempe. Sedangkan harga keripik pelepah pisang tidak berpengaruh terhadap permintaan keripik tempe. Elastisitas harga keripik tempe bersifat inelastis 0,371 sehingga termasuk kategori barang normal. Elastisitas silang menggunakan keripik bawang dengan elastisitas 0,258 dan keripik pelepah pisang dengan elastisitas 0,473 sebagai barang pengganti. Elastisitas pendapatan sebesar 0,76.

Kata kunci: elastisitas harga, elastisitas pendapatan, elastisitas permintaan, keripik tempe, permintaan

**ABSTRACT**

*Tempe chips are processed soybean products that are consumed as a snack which has a high demand in the community, especially in Blora Regency. The demand for tempe chips is influenced by several factors, including the price of tempe chips, the price of onion chips, the price of banana midrib chips, age, consumer income, number of family members, consumer tastes, and time of purchase. This study aimed to analyze the factors that influence the demand for tempe chips and to analyze the elasticity of demand for tempe chips at the Kedung Jenar Tempe Chips Center, Blora Regency. The research location was selected by purposive sampling. The method used is survey method and using 100 respondents. Determination of respondents used accidental sampling. Data were analyzed by multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that the independent variables simultaneously had a significant effect on the dependent*

*variable. Partially, the price of tempe chips, the price of onion chips, age, consumer income, number of family members, consumer tastes, and time of purchase affected the demand for tempe chips. While the price of banana midrib chips had no effect on the demand for tempe chips. The price elasticity of tempe chips was 0.371 inelastic so it is included in the category of normal goods. Cross elasticity with onion chips had an elasticity of 0,258 and banana midrib chips had an elasticity of 0.473 as substitutes. The income elasticity was 0.76.*

*Keywords: demand, demand elasticity, income elasticity, price elasticity, tempe crisps*

## PENDAHULUAN

Masyarakat memerlukan konsumsi pangan yang baik dalam memenuhi kecukupan gizi untuk menunjang hidup sehat. Kecukupan gizi yang seimbang pada masyarakat sehari – hari hendaknya mencakup kecukupan protein, vitamin, mineral, dan juga kalori. Kebutuhan kalori diperoleh dari konsumsi makanan pokok yaitu karbohidrat, sedangkan kebutuhan protein diperoleh dari makanan yang berasal dari hewan (protein hewani) dan tumbuh-tumbuhan (protein nabati). Permintaan kebutuhan pangan akan protein nabati menunjang produk pertanian dalam sektor perekonomian. Protein nabati yang sering dikonsumsi oleh masyarakat yaitu kedelai.

Permintaan kedelai terus meningkat akibat tingginya kebutuhan, namun sebaliknya produksi kedelai oleh petani Indonesia cenderung menurun sehingga pemerintah harus memenuhi kebutuhan dengan melakukan impor kedelai.

Meningkatnya jumlah permintaan kedelai disebabkan oleh meningkatnya pertumbuhan penduduk dan ekonomi, peningkatan daya beli serta selera masyarakat (Permadi, 2016). Produk olahan kedelai yang sangat terkenal di pasaran dan sering dijadikan lauk oleh masyarakat sehari-hari yaitu tempe. Selain itu olahan kedelai lain juga dapat dikonsumsi sebagai camilan, salah satunya keripik tempe. Keripik tempe adalah jenis makanan ringan yang diperoleh dari hasil olahan tempe yang sudah melalui beberapa tahap proses pengolahan. Kadar protein keripik tempe cukup tinggi yaitu berkisar antara 23% hingga 25% (Pratiwi *et al.*, 2018). Banyaknya kandungan gizi yang terdapat pada olahan kedelai seperti tempe dan kripik tempe serta harganya yang juga terjangkau, membuat masyarakat mengkonsumsi setiap harinya, dengan demikian akan berpengaruh terhadap permintaan.

Kabupaten Blora merupakan wilayah di Jawa Tengah yang terkenal dengan industri rumah tangga yang khusus bergerak dalam sektor pertanian yaitu produk olahan dari kedelai. Produk olahan kedelai yang dihasilkan pada industri rumahan yaitu tempe dan keripik tempe. Jumlah pengusaha keripik tempe yang sampai saat ini masih berkembang di Kabupaten Blora sebanyak 87 pengusaha keripik tempe (Badan Pusat Statistik, 2020). Di Kabupaten Blora terdapat sentra pengolahan keripik tempe yang berpusat di Kelurahan Kedung Jenar dengan jumlah 40 unit *home industry* (Dinas Perindustrian Kabupaten Blora, 2020).

Produksi keripik tempe yang cukup tinggi dijadikan sebagai salah satu oleh-oleh khas Kabupaten Blora. Kabupaten Blora memiliki nilai produksi olahan kedelai yang lebih tinggi dibandingkan daerah lain karena banyaknya jumlah industri rumah tangga yang memproduksi makanan ringan berbahan dasar kedelai yaitu keripik tempe. Selain itu, terdapat industri rumahan yang mengolah kedelai menjadi tempe sebagai lauk sehari-hari masyarakat. Tak jarang banyaknya produk olahan yang dikonsumsi oleh masyarakat setiap harinya, karena harganya terjangkau serta mengandung

banyak gizi, sehingga permintaan yang tidak pasti mengakibatkan para pengrajin keripik tempe pada Sentra Oleh-Oleh Kedung Jenar kesulitan memprediksi jumlah produksi dan tentunya kesediaan kebutuhan bahan baku. Apabila terdapat kelebihan jumlah produksi atau bahan baku yang digunakan terlalu lama tentunya dapat mempengaruhi mutu produk keripik tempe sehingga berpotensi menimbulkan kerugian. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk olahan kedelai agar kegiatan pengolahan pada *home industry* keripik tempe di Kabupaten Blora dapat terlaksana secara optimal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober 2021 di Sentra Oleh-Oleh Kedung Jenar Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* atau secara sengaja dengan pertimbangan Kabupaten Blora merupakan kabupaten dengan 40 industri rumahan produk olahan kedelai yaitu keripik tempe sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan keripik tempe

pada konsumen di Kedung Jenar Kabupaten Blora. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei bertujuan untuk memperoleh informasi dengan cara mengambil beberapa sampel dari suatu populasi melalui wawancara dengan kuesioner (Sugiyono, 2013).

Pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* menggunakan metode *quota sampling*. Metode *quota sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah tertentu sebagai target yang harus dipenuhi dari suatu populasi, khususnya tak terhingga (Neuman, 2013).

Penentuan responden menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan metode penentuan sampel secara kebetulan, sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu di lokasi penelitian dengan syarat telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian (Meitasari *et al.*, 2020). Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen di atas 20 tahun yang telah berkeluarga dan memiliki pendapatan yang secara kebetulan bertemu pada kios-kios di Sentra Keripik Tempe tersebut. Konsumen sebagai sampel diambil secara acak sehingga total

keseluruhan akan terkumpul sebanyak 100 sampel atau 100 responden.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara langsung dengan konsumen keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe. Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan metode observasi dan wawancara dengan alat bantu kuesioner kepada konsumen keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe mengenai harga keripik tempe, harga keripik bawang, harga keripik pelepah pisang, pendapatan konsumen, usia konsumen, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, selera konsumen dan waktu beli konsumen terhadap permintaan produk keripik tempe. Data sekunder berupa informasi yang diperoleh dari referensi jurnal, buku, dan dinas atau instansi terkait penelitian.

Metode analisis data digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel dengan cara mendeskripsikan data secara faktual yang terdapat pada penelitian (Ghozali, 2016). Penyajian data deskriptif pada penelitian ini menggunakan tabel distribusi frekuensi dan persentase. Metode analisis yang digunakan untuk menentukan faktor-

faktor yang mempengaruhi permintaan produk olahan kedelai pada industri rumahan keripik tempe di Kedung Jenar yaitu analisis kuantitatif dengan persamaan regresi linier berganda.

Berikut persamaan matematis dari faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk olahan kedelai:

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + e$$

Keterangan:

Y: Jumlah permintaan keripik tempe (kg/bulan)

a: Konstanta

b: Koefisien regresi

X<sub>1</sub>: Harga keripik tempe (Rp/kg)

X<sub>2</sub>: Harga keripik bawang (Rp/kg)

X<sub>3</sub>: Harga keripik pelepah pisang (Rp/kg)

X<sub>4</sub>: Pendapatan konsumen (Rp/bulan)

X<sub>5</sub>: Usia (Tahun)

X<sub>6</sub>: Jumlah anggota keluarga (Orang)

X<sub>7</sub>: Selera konsumen (Skor)

X<sub>8</sub>: Waktu Beli (hari libur: 1, Non hari libur: 0)

e: Error.....(Hanafi *et al.*, 2014)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda menguji pengaruh variabel-variabel independen yaitu harga keripik tempe, harga keripik bawang, harga keripik pelepah pisang, pendapatan, usia, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli terhadap permintaan keripik tempe.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probability
Constanta	15,231	12,201	1,248	0,215
Harga Keripik Tempe	-0,005	0,000	-2,875	0,005
Harga Keripik Bawang	0,046	0,000	-1,067	0,049
Harga Keripik Pelepah	-1,7E-005	0,000	-0,297	0,767
Usia	-5,1E-004	0,000	-0,112	0,011
Pendapatan Jumlah	0,000	0,006	0,629	0,031
Anggota Keluarga	0,130	0,053	0,474	0,015
Selera Konsumen	0,062	0,079	0,779	0,038
Waktu Beli	0,710	0,127	0,560	0,077
R-squared	0,892			
Adjusted R-squared	0,731			
F-statistic	3,582			
Prob (F-statistic)	0,001			

\*Signifikan  $p \leq 0,05$ .

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh model fungsi permintaan produk keripik tempe pada Sentra Oleh-Oleh Keripik Tempe Kabupaten Blora adalah sebagai berikut:

$$Y = 15,231 - 0,005X_1 + 0,046X_2 - 1,7E-0,05X_3 - 5,1E-004X_4 + 0,0004X_5 + 0,130X_6 + 0,062X_7 + 0,071X_8 + e$$

## Uji F

Berdasarkan penelitian diperoleh hasil seperti pada Tabel 1. Bahwa nilai F hitung sebesar 3,582 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Berdasarkan tabel F dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% atau 0,05 dengan rumus  $df_1 = k-1 = 8-1 = 7$ ,  $df_2 =$

$n-k = 100-8 = 92$ , maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,11. Dimana nilai signifikansi  $0,001 \leq 0,05$  dan nilai F hitung  $= 3,582 > F \text{ tabel} = 2,11$  sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa pada taraf signifikansi 5%, variabel bebas pada penelitian ini yaitu harga keripik tempe, harga keripik bawang, harga keripik pelepah pisang, pendapatan, usia, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli, secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada penelitian ini yaitu permintaan produk keripik tempe yang terdapat pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Hal ini sesuai dengan pendapat Pangemanan dan Lorraine (2018) yang menyebutkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan suatu komoditas yang dapat diukur antara lain: harga komoditas itu sendiri, harga komoditas pengganti atau substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen dan selera konsumen.

### Uji t

#### a. Harga keripik tempe

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa nilai t tabel lebih besar daripada t hitung ( $1,98609 > -2,875$ ) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yaitu senilai

0,005 ( $0,005 \leq 0,05$ ) dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga keripik tempe memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap jumlah permintaan keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi pada variabel harga keripik tempe bernilai negatif (-) yang artinya harga keripik tempe berbanding terbalik terhadap jumlah permintaan keripik tempe.

Apabila jumlah permintaan keripik tempe meningkat, maka harga keripik tempe akan menurun. Begitu juga sebaliknya, apabila harga keripik tempe meningkat, maka jumlah permintaan akan menurun. Nilai koefisien beta sebesar -0,0052 yang artinya apabila terjadi peningkatan harga keripik tempe sebesar Rp 1.000 akan menurunkan permintaan keripik tempe sebesar 5,2 kg. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Irawan *et al.*, (2017) yang menyebutkan bahwa menentukan harga jual keripik tempe sangat mempengaruhi tingkat pembelian konsumen, sehingga harga patok yang ditawarkan tidak terlalu tinggi. Bahan dasar yang digunakan juga yaitu kedelai impor dimana harga kedelai impor jauh lebih murah dibanding kedelai lokal, sehingga dapat menekan harga produksi.

b. Harga Keripik Bawang

Diketahui bahwa nilai  $t$  tabel lebih besar daripada nilai  $t$  hitung variabel harga keripik bawang ( $1,986 > -1,067$ ) dengan signifikansi kurang dari 0,05 yaitu senilai ( $0,049 \leq 0,05$ ) artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga keripik bawang memberikan pengaruh nyata terhadap jumlah permintaan keripik tempe di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi harga keripik bawang bernilai positif yaitu sebesar 0,0046. Artinya apabila harga keripik bawang meningkat, maka dapat meningkatkan jumlah permintaan keripik tempe dan begitu juga sebaliknya. Nilai koefisien regresi sebesar 0,0046 yang berarti peningkatan harga keripik bawang sebesar Rp 1.000 maka akan meningkatkan permintaan keripik tempe sebanyak 4,6 kg.

Berdasarkan observasi yang diperoleh, dapat dilihat bahwa dengan berat yang sama per kilonya, terdapat perbandingan bahwa harga keripik tempe lebih tinggi daripada harga keripik bawang. Terdapat selisih yang cukup tinggi antara harga produk keripik tempe dengan produk keripik bawang yaitu mencapai Rp 18.000. Masyarakat yang lebih memilih membeli produk keripik

tempe dengan berat lebih kecil yaitu per *pcs* kisaran 0,125 kg dengan harga Rp 6.500 – Rp 7000,-, meskipun dalam sekali pembelian dengan jumlah banyak dan juga pertimbangan konsumen untuk sekali konsumsi lebih cepat habis. Sedangkan untuk produk keripik bawang, produsen lebih banyak menjual dengan berat 0,25 kg per *pcs* seharga Rp 12.500, sehingga dapat mempengaruhi pembelian masyarakat. Namun dalam pembelian dengan berat yang sama per kilonya, harga keripik tempe lebih tinggi daripada keripik bawang sehingga produk keripik bawang dapat menggantikan keripik tempe sebagai bahan camilan masyarakat. Hal ini dikarenakan keripik bawang dapat dijadikan barang pengganti (*substitusi*) produk keripik tempe sebagai barang sekunder oleh masyarakat karena harganya yang lebih terjangkau. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sitorus *et al.* (2016) yang menyebutkan bahwa harga komoditas substitusi dapat mempengaruhi permintaan komoditas utamanya, harga komoditas utama mengalami kenaikan maka orang akan mencari komoditas lain yang fungsinya sama, tetapi harganya jauh lebih terjangkau. Hal tersebut juga didukung oleh pendapatan Ibrahim dan Widiarto (2019) yang menyatakan bahwa keripik

bawang merupakan camilan atau makanan ringan yang saat ini banyak disukai oleh masyarakat, karena rasanya yang gurih, aroma khas dari bawang sebagai penambah cita rasa dan aroma, serta mudah dibeli.

c. Harga keripik pelepah pisang

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa nilai  $t$  tabel lebih besar daripada nilai  $t$  hitung variabel harga keripik bawang ( $1,986 > -0,297$ ) dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu nilai ( $0,767 > 0,005$ ) artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga keripik pelepah pisang tidak memberikan pengaruh nyata terhadap jumlah permintaan keripik tempe di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi variabel harga keripik pelepah pisang bertanda negatif (-) berarti harga keripik pelepah pisang berbanding terbalik dengan jumlah permintaan keripik tempe. Nilai koefisien regresi sebesar  $-1,7E-005$  yang berarti jika terjadi peningkatan harga keripik pelepah pisang sebesar satu satuan maka akan menurunkan permintaan keripik tempe sebesar 1,7 kg. Artinya Harga keripik pelepah pisang tidak berpengaruh terhadap permintaan produk keripik tempe, disebabkan karena produk keripik pelepah pisang yang

dijual di masyarakat terutama di Sentra Keripik Tempe masih tergolong produk baru yang terjual di pasaran sehingga peminatnya masih jarang. Berdasarkan hasil observasi juga diperoleh bahwa harga keripik tempe lebih tinggi dibandingkan dengan harga keripik pelepah pisang per kilogramnya. Harga keripik tempe sebesar Rp 70.000 sedangkan harga keripik pelepah pisang yang hanya sebesar Rp 60.000 sehingga terdapat selisih Rp 10.000. Meskipun harga produk keripik pelepah pisang lebih rendah daripada produk keripik tempe, namun produk keripik pelepah pisang tidak berpengaruh terhadap permintaan keripik tempe, tergolong produk keripik baru yang dijual di Sentra Oleh-Oleh Kedung Jenar, sehingga masyarakat masih awam dan kurang mengetahui terkait produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sitorus *et al.*, (2016) yang menyebutkan bahwa harga komoditas substitusi dapat mempengaruhi permintaan komoditas utamanya, harga komoditas utama mengalami kenaikan maka orang akan mencari komoditas lain yang fungsinya sama, tetapi harganya jauh lebih terjangkau. Pemanfaatan pelepah pisang yang biasanya dijadikan kerajinan, namun selain itu banyak masyarakat yang

mengubahnya menjadi keripik sehingga memiliki nilai tambah dan nilai ekonomis tersendiri, sehingga tak kalah saing dengan keripik lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Cindarbumi dan Mufid (2021) yang menyebutkan bahwa keripik pelepah pisang merupakan inovasi dari olahan batang pisang sehingga dapat dinikmati konsumen dengan rasa gurih dan renyah. Penciptaan inovasi yang dapat memberikan nilai tambah serta memiliki daya jual yang tak kalah dengan produk keripik di pasaran.

d. Usia

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa nilai t tabel lebih besar daripada nilai t hitung variabel usia ( $1,98609 > -0,112$ ) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar ( $0,011 \leq 0,05$ ) artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel usia dapat berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi yang diperoleh pada variabel usia bernilai negatif (-) yang berarti permintaan keripik tempe berbanding terbalik dengan usia. Nilai koefisien regresi yaitu sebesar  $-5,1E-004$  berarti jika usia meningkat satu tahun, maka permintaan keripik tempe menurun sebesar 5,1 kg. Artinya jumlah

permintaan keripik tempe akan semakin besar jika dikonsumsi oleh konsumen dengan usia yang lebih muda. Pernyataan tersebut sesuai pendapat Rahayu *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa tingkat usia seseorang menyebabkan perubahan preferensi sehingga berpengaruh terhadap permintaan akan suatu barang, apabila usia semakin tua seseorang akan mempertimbangkan terhadap manfaat pembelian produk. Menurut pendapat Jessica *et al.* (2019) bahwa anak lebih banyak anak muda yang suka ngemil atau memilih makan makanan ringan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Yuniarsih *et al.* (2020) yang menyebutkan bahwa keripik tempe layak dikonsumsi oleh berbagai kalangan, dari usia anak – anak hingga dewasa.

e. Pendapatan

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa nilai t tabel lebih besar daripada nilai t hitung variabel pendapatan ( $1,98609 > 0,629$ ) dengan signifikansi kurang dari 0,05 yaitu senilai ( $0,031 \leq 0,05$ ) artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan konsumen dapat memberikan pengaruh nyata terhadap jumlah permintaan keripik tempe di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Hasil dari koefisien regresi

bernilai positif (+) yang berarti permintaan keripik tempe berbanding lurus dengan pendapatan konsumen. Nilai koefisien regresi sebesar 0,000097 berarti jika pendapatan meningkat Rp 100.000 maka permintaan terhadap keripik tempe akan meningkat sebesar 9,7 kg. Berdasarkan hasil observasi diperoleh bahwa konsumen keripik tempe berpenghasilan dengan golongan pendapatan rata-rata tinggi dan sangat tinggi yaitu lebih dari 3.000.000 setiap bulannya. Hal ini berdasarkan penggolongan pendapatan penduduk menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang membedakan dalam 4 kategori yaitu : golongan pendapatan sangat tinggi dengan pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan, golongan pendapatan tinggi dengan pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 s/d Rp/ 3.500.000 per bulan, golongan pendapatan sedang dengan pendapatan rata – rata antara Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.000 per bulan, dan golongan pendapatan rendah yaitu dengan pendapatan rata-rata di bawah Rp 1.500.000 per bulan. Artinya apabila pendapatan konsumen semakin meningkat, maka permintaan produk keripik tempe juga akan meningkat. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan

Annisa dan Hartini (2017) yang menyebutkan bahwa konsumen yang berpendapatan tinggi akan memiliki kemampuan lebih dalam mengeluarkan pendapatannya untuk biaya lainnya. Hal ini didukung oleh pendapat Abdillah (2014) yang menyebutkan bahwa apabila pendapatan konsumen tinggi maka akan tinggi juga peluang konsumen bersedia membayar produk dengan harga premium.

#### f. Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan penelitian diperoleh nilai t tabel lebih besar daripada t hitung variabel jumlah anggota keluarga ( $1,98609 > 0,474$ ) (Tabel 11) dengan nilai signifikansi hitung kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,015 ( $0,015 \leq 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel jumlah anggota keluarga memberikan pengaruh terhadap jumlah permintaan keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi variabel jumlah anggota keluarga bertanda positif (+) berarti jumlah anggota keluarga berbanding lurus dengan jumlah permintaan keripik tempe. Nilai koefisien regresi sebesar 0,130 yang berarti jika terjadi peningkatan jumlah anggota keluarga sebesar satu orang, maka akan meningkatkan 0,130 jumlah permintaan

keripik tempe. Kondisi tersebut disebabkan apabila jumlah anggota keluarga konsumen semakin banyak, maka konsumsi akan produk keripik tempe juga semakin banyak, sehingga hal ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan keripik tempe yang tinggi di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Hal ini sejalan dengan pendapat Sitorus *et al.* (2016) yang menyebutkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berkaitan dengan usaha meningkatkan pendapatan mereka untuk mencukupi kebutuhan setiap orang yang ada di suatu keluarga. Hal ini didukung oleh pendapat Deviana *et al.* (2014) yang menyebutkan bahwa semakin tinggi jumlah anggota dalam keluarga maka jumlah kebutuhan juga akan meningkat khususnya kebutuhan pangan untuk memenuhi gizi yang seimbang, hal ini akan mempengaruhi permintaan suatu komoditas.

#### g. Selera Konsumen

Berdasarkan penelitian diperoleh nilai t tabel lebih besar daripada t hitung variabel selera konsumen ( $1,98609 > 0,779$ ) (Tabel 11) dengan nilai signifikansi hitung kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,038 ( $0,038 \leq 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel selera konsumen memberikan pengaruh

terhadap jumlah permintaan keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi variabel jumlah anggota keluarga bertanda positif (+) berarti jumlah anggota keluarga berbanding lurus dengan jumlah permintaan keripik tempe. Nilai koefisien regresi sebesar 0,038 yang berarti akan meningkatkan 3,8% lebih tinggi jumlah permintaan keripik tempe. Kondisi tersebut disebabkan karena setiap individu memiliki selera atau penilaian terhadap suatu produk keripik tempe yang berbeda-beda, ada yang menilai dari segi rasa dan tekstur, sehingga hal ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan keripik tempe yang tinggi di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Paulus dan Ellen (2016) yang menjelaskan bahwa selera konsumen bersifat subjektif dimana setiap individu akan memiliki selera yang berbeda-beda tergantung penilainnya terhadap komoditas tersebut. Berdasarkan variabel selera konsumen pada penelitian ini terdapat indikator rasa dan tekstur. Hal ini didukung oleh pendapat Adiyoga dan Nurmalinda (2012) yang menyebutkan bahwa hal-hal yang dapat mengidentifikasi selera konsumen yaitu

meliputi rasa, aroma, kesegaran, tampilan, kemasan produk dan lain-lain.

#### h. Waktu Beli

Berdasarkan penelitian diperoleh nilai  $t$  tabel lebih besar daripada  $t$  hitung variabel waktu beli ( $1,98609 > 0,560$ ) dengan nilai signifikansi hitung kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,077 ( $0,077 \leq 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel waktu beli memberikan pengaruh terhadap jumlah permintaan keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Koefisien regresi variabel waktu beli bertanda positif (+) berarti waktu beli berbanding lurus dengan jumlah permintaan keripik tempe. Nilai koefisien regresi sebesar 0,710 yang berarti hari libur atau hari-hari besar justru peluang permintaan terhadap produk keripik tempe meningkat sebesar 0,71% lebih tinggi, sehingga pengrajin keripik tempe di harapkan memproduksi keripik tempe lebih tinggi dibandingkan hari biasa atau non hari libur. Kondisi tersebut disebabkan karena konsumen melakukan pembelian pada saat hari libur atau hari besar lebih tinggi, biasanya konsumen membeli produk keripik tempe pada Sentra Keripik Tempe digunakan sebagai oleh-oleh, sehingga hal ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan

keripik tempe yang tinggi di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Ernawati dan Suryani (2013) yang menyebutkan bahwa pada hari raya permintaan suatu barang akan meningkat karena kenaikan konsumsi yang dijadikan kebutuhan konsumen terhadap barang tersebut jauh lebih tinggi. Hal ini didukung oleh pendapat Ibrahim dan Widiarto (2019) yang menyebutkan bahwa keripik digolongkan sebagai kudapan yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat pada selingan waktu antara makanan utama, selain itu keripik tergolong jenis makanan yang bersifat kering dan renyah sehingga dapat digunakan camilan sehari – hari.

#### Elastisitas

Elastisitas menggambarkan derajat kepekaan pada analisis permintaan atau respon unit komoditas yang diminta terhadap perubahan salah faktor yang mempengaruhinya sebesar satu persen.

Tabel 2. Elastisitas Permintaan Keripik Tempe pada Sentra Oleh-Oleh Kedung Jenar

No.	Variabel	Koefisien Regresi (b)	Rata-rata	Elastisitas
1.	Permintaan keripik tempe (Y)	15,231	139,75	
2.	Harga keripik tempe ( $X_1$ )	-0,052	69565	0,25
3.	Harga keripik bawang ( $X_2$ )	0,046	52505	0,17
4.	Pendapatan konsumen ( $X_4$ )	0,000009	4.500.591	0,289

### **Elastisitas Harga**

Elastisitas harga merupakan seberapa besar derajat kepekaan jumlah komoditas yang diminta terhadap perubahan harga barang tersebut. Berdasarkan perhitungan hasil penelitian diperoleh nilai elastisitas harga keripik tempe yaitu sebesar -0,25 dengan sifat permintaan inelastis. Artinya jika harga keripik tempe meningkat 1% dari harga rata-rata sebesar Rp 69.500/kg maka permintaan produk keripik tempe akan menurun sebesar 0,25% dari permintaan rata-rata keripik tempe sebesar 139,75 kg. Demikian sebaliknya jika harga keripik tempe mengalami penurunan, maka permintaan keripik tempe akan meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2011) yang menyebutkan bahwa harga mutlak dari koefisien harga kurang dari satu ( $0,25 < 1$ ) mengindikasikan bahwa permintaan keripik tempe bersifat inelastis yang artinya kenaikan harga keripik tempe diikuti oleh penurunan jumlah permintaan produk keripik tempe yang diminta di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar dalam jumlah yang lebih kecil. Hal ini diperkuat oleh pendapat Astami (2018) yang menyebutkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan dalam pembelian produk makanan

dengan kenaikan harga yang ditawarkannya.

### **Elastisitas Silang**

Elastisitas silang menunjukkan besar derajat kepekaan atau persentase perubahan permintaan terhadap produk komoditas lain atau komoditas yang dapat menggantikan komoditas utama. Berdasarkan hasil diperoleh nilai elastisitas harga keripik bawang yaitu  $0 < 0,17 < 1$ . Artinya elastisitas keripik bawang bersifat inelastis dan tergolong barang substitusi. Dapat disimpulkan bahwa jika harga keripik bawang meningkat 1% dari harga rata – rata yaitu sebesar Rp 52.500 per kilogram maka permintaan keripik tempe akan meningkat, namun permintaan akan produk keripik bawang sendiri akan menurun. Demikian produk keripik bawang memiliki nilai positif yang artinya barang substitusi terhadap produk keripik tempe dan dapat menggantikan produk keripik tempe jika harganya lebih murah.

Harga komoditas substitusi meningkat mengakibatkan kenaikan jumlah komoditas yang diminta, namun komoditas substitusinya berkurang. Hal ini didukung oleh pendapat Cindarbumi (2021) yang menyebutkan bahwa jika nilai elastisitas silang bernilai positif

maka barang X dan Y termasuk barang substitusi, namun jika bernilai negatif artinya barang X dan Y tergolong barang komplementer. Pembelian keripik bawang dilakukan untuk menggantikan keripik tempe apabila keripik tempe mengalami kenaikan harga atau kekurangan persediaan. Keripik bawang diharapkan sebagai barang pengganti karena memiliki harga yang kurang lebih setara dengan keripik tempe.

### **Elastisitas Pendapatan**

Elastisitas pendapatan membandingkan persentase perubahan jumlah komoditas yang diminta dengan perubahan pendapatan yang terjadi. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil perhitungan elastisitas pendapatan yaitu sebesar 0,289. Artinya jika pendapatan meningkat 1% dari pendapatan rata – rata sebesar Rp 4.500.591/bulan maka permintaan produk keripik tempe akan bertambah sebesar 0,289% dari permintaan rata – rata sebesar 139,75 kg/bulan.

Begitu juga dengan nilai elastisitas  $0 < 0,289 < 1$ , maka tergolong barang inelastis, dimana dapat diartikan bahwa jumlah permintaan barang tersebut lebih kecil dibandingkan proporsi kenaikan pendapatan. Hal ini didukung dengan pendapat Rahmawati *et al.*, (2018) yang

menyebutkan bahwa nilai elastisitas pendapatan bertanda positif dan lebih dari satu, maka menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan akan menyebabkan kenaikan permintaan barang pada jumlah tertentu. Konsumen yang berpendapatan tinggi akan lebih mampu membeli keripik tempe dalam jumlah besar sehingga menyebabkan tingginya permintaan akan produk keripik tempe. Konsumen akan membeli keripik tempe digunakan untuk persediaan camilan sehari – hari dengan kandungan gizi dari kedelai sebagai bahan bakunya. Hal ini sesuai dengan pendapat Yuniarti *et al.* (2015) yang menyebabkan bahwa keripik tempe banyak diminati oleh wisatawan domestik karena mengandung vitamin C dan kadar lemak sebanyak 7,48% AKG per 100gram.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Harga keripik tempe, harga keripik bawang, harga keripik pelepah pisang, usia, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli secara serempak berpengaruh signifikan terhadap permintaan keripik tempe di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora.

Secara parsial, harga keripik tempe, harga keripik bawang, usia, pendapatan

konsumen, jumlah anggota keluarga, selera konsumen, dan waktu beli berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan keripik tempe, kecuali harga keripik pelepah pisang tidak berpengaruh terhadap permintaan keripik tempe di Sentra Keripik Tempe Kedung Jenar Kabupaten Blora.

Elastisitas harga keripik tempe bersifat inelastis, elastisitas silang harga keripik bawang bersifat inelastis dan bernilai positif, artinya keripik tempe merupakan barang normal serta menunjukkan bahwa keripik bawang dan keripik pelepah pisang barang substitusi dari keripik tempe. Sedangkan elastisitas pendapatan bersifat inelastis yang menunjukkan bahwa keripik tempe termasuk barang normal.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen keripik tempe tergolong usia muda dan berpendapatan tinggi. Sehingga promosi dan penjualan dapat dilakukan melalui media sosial mengingat anak muda zaman sekarang lebih sering menggunakan *gadget*. Selain itu, konsumen lebih banyak membeli di saat hari libur, sehingga menjelang hari libur pengrajin harus meningkatkan jumlah produksi.

Bagi pemerintah atau dinas terkait, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi keripik tempe menggunakan bahan kedelai impor, sehingga perlu adanya stabilisasi pemerintah dalam stok kedelai setiap tahunnya agar proses produksi dapat berjalan lancar dan permintaan keripik tempe pada sentra tetap stabil

Disarankan untuk peneliti selanjutnya mengambil judul terkait *trend*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, R. F. 2014. Analisis kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) produk *healthy food* beras merah pulen di Serambi Botani, Botani Square, Bogor. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (*Skripsi*)
- Adiyoga, W. dan Nurmawati. 2012. Analisis conjoint preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah dan cabai. *Jurnal Hortikultura*. 22(3): 292-302
- Annisa, T. M. dan R. Harini. 2017. Analisis kesediaan membayar untuk mendukung ekowisata berkelanjutan di Kawasan wisata Gua Pindul, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Bumi Indonesia*. 6(4): 1 – 9.
- Astami, M. T. 2018. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah oleh konsumen rumah tangga di Kota Surakarta. *Jurnal Agrista*. 6(3): 51-61.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Badan Pusat Statistik.

- Cindarbumi, F. dan Mufid, M. 2021. Pemberdayaan masyarakat melalui “pelatihan pembuatan keripik dari pelepah pisang (krisbog)” bojonegoro. Al-umron: *Jurnal pengabdian kepada masyarakat*. 2(1): 36-42.
- Deviana, I., Kusriani, N., dan Suyatno, A. (2014). Analisis permintaan rumah tangga terhadap beras produksi Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Social Economic of Agriculture*. 3(2).
- Dinas Perindustrian Kabupaten Blora. 2020. Dinas Perindustrian Kabupaten Blora
- Ernawati, L., dan Suryani, E. 2013. Analisis faktor produktivitas gula nasional dan pengaruhnya terhadap harga gula domestik dan permintaan gula impor dengan menggunakan sistem dinamik. *Jurnal Teknik Pomits*. 1(1): 1-7.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanafi, F. I., Daris, E., dan Rochaeni, S. 2014. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Journal Agribusiness*. 8(1): 45-58.
- Ibrahim, M. D., dan Widiarto, S. 2019. Uji tingkat kesukaan terhadap keripik bawang dengan penambahan daun pepaya. *Culinaria: Jurnal Akpindo*. 1(2): 1 – 60.
- Irawan, J. P., Santoso, I., dan Mustaniroh, S. A. 2017. Model analisis dan strategi mitigasi risiko produksi keripik tempe. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 6(2): 88-96.
- Jessica, F. H. R. H. W., Mirabel, C. E. M. M. K., Mei, W. M. J. S. M., dan Saraswati, D. 2019. Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Keripik Basreng AW dalam Peningkatan Penjualan dan Efisiensi Produksi. *Jurnal Pemberdayaan masyarakat Indonesia (JPMI)*. 1(2).
- Yuniarti, R., Azlia, W., dan Sari, R. A. 2015. Penerapan sistem *Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)* pada proses pembuatan keripik tempe. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. 14(1): 86-95.
- Meitasari, D., Mutisari, R., dan Widyawati, W. 2020. Pengaruh sosio-demografis terhadap keputusan pembelian produk hortikultura pada Online Market. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 4(4): 959-972.
- Neuman, W. L. 2013. Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. PT. Indeks, Jakarta
- Pangemanan, P. A., dan Lorraine, W. T. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di Kota Tomohon. *Jurnal Agri-sosioekonomi*. 14(2): 309-318.
- Paulus A, P., dan Ellen G, T. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*. 12 (2): 105-120.
- Permadi, G. S. 2016. Analisis permintaan impor kedelai Indonesia. *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*. 10 (1): 23 – 31.
- Pratiwi, A. A., D. Hastuti dan Istanto. 2018. Analisis pemasaran keripik tempe di Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. *Jurnal Mediagro*. 14(1): 82 – 93.
- Rahayu, D. A., T. D. Hapsari., dan J. Adam. 2017. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) beras cerdas di Kabupaten Jember. *JSEP*. 10(1): 17 - 30.

- Rahmawati, D., Prasetyo, E., dan Setiadi, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jeruk Pamelos (Citrus Grandis) di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 2(3): 179-186.
- Sitorus, S. A., H. Hasyim, dan M. Jufri. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran telur ayam ras (Studi Kasus: Pasar Petisah, Kecamatan Medan Petisah). *Journal Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*. 4(10): 1-15.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Alfabeta, Bandung.
- Sukirno, S. 2011. Pengantar Teori Mikroekonomi Edisi Ketiga. Rajawali Press. Jakarta.
- Yuniarsih, N., Setu, Y., Angelia, S., Manurung, S., Fono, M. O. S., dan Ardiana, I. D. 2020. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha pada Kampung Tempe Tenggilis Kauman di Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*. 1(2): 65 - 71.