

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Tahu

Tahu putih dikenal masyarakat jenis sebagai bahan makanan sehari-hari yang umumnya sangat digemari serta mempunyai daya cerna yang tinggi. Kata tahu berasal dari China yaitu tao-hu atau teu-hu. Kata "tao" atau "teu" berarti kacang. Untuk membuat tahu menggunakan kacang kedelai, sedangkan "hu" artinya rusak atau hancur menjadi bubur, jadi tahu adalah makanan yang dibuat dari bahan olahan kedelai yang dihancurkan menjadi bubur (Kastyanto, 1999).

Menurut suprpti (2005), tahu dibuat dari kacang kedelai dan dilakukan proses penggumpalan (pengendapan). Kualitas tahu sangat bervariasi karena perbedaan bahan penggumpalan dan perbedaan proses pembuatan. Tahu diproduksi dengan memanfaatkan sifat protein, yaitu akan menggumpal bila bereaksi dengan asam. Penggumpalan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak diseluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula tercampur dalam sari kedelai akan terperangkap didalamnya. Pengeluaran air yang terperangkap tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tekanan, semakin banyak air yang dapat dikeluarkan dari gumpalan protein, gumpalan protein itulah yang disebut sebagai "tahu". Proses pembuatan tahu adalah sebagai berikut:

1. Kedelai yang berkualitas baik dipilih dan dibersihkan dari kotoran dan kedelai rusak sebelum direndam.
2. Setelah dicuci, kedelai direndam dalam air bersih selama 8 – 12 jam (lebih baik jika digunakan dengan air mengalir). Perendaman dimaksudkan untuk melunakkan

struktur selularnya sehingga mudah digiling dan membersihkan dispersi dan suspensi bahan padat kedelai yang lebih baik pada waktu ekstraksi (penggilingan). Selain itu, oligosakarida penyebab flatulensi akan berkurang menjadi sekitar 30 persen. Perendaman dapat mempermudah pengupasan kulit kedelai, tetapi perendaman yang terlalu lama dapat mengurangi total padatan.

3. Kedelai kemudian dikupas dan dilakukan penggilingan dengan penambahan air antara 8 – 10 kali berat kedelai. Penggunaan air panas 80 – 100°C dapat menonaktifkan enzim lipoksigenase penyebab bau langu serta memperbanyak rendemen.

4. Bubur kedelai selanjutnya disaring dan filtratnya dimasak. Pemasakan bertujuan untuk mengurangi bau langu, menonaktifkan tripsin inhibitor (antrisin), meningkatkan daya cerna, mempermudah ekstraksi, penggumpalan protein, serta menambah keawetan produk.

5. Penggumpalan dilakukan dengan penambahan batu tahu atau biang. Dalam hal ini harus diperhatikan kecepatan penambahannya.

6. Gumpalan protein kedelai selanjutnya dicetak dan diperas. Terakhir, potong sesuai dengan ukuran yang dikehendaki.

7. Biasanya, tahu yang telah diperoleh dieramkan dulu selama semalam, kemudian direbus kembali sebelum dipasarkan. Pada saat perebusan ini, dapat dilakukan penambahan garam sekitar 2 persen.

2.1.2 Jenis jenis tahu

1. Tahu putih

Tahu putih merupakan tahu yang paling kita sering temui dipasaran. Tahu putih memiliki cara rasa yang netral dan teksturnya lebih padat dibandingkan tahu

kuning. Tahu putih biasa digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan tumisan atau sup

2. Tahu kuning

Tahu kuning merupakan tahu yang berasal dari kediri karena banyak pengrajin tahu jenis ini di tempat tersebut. Warna kuning pada tahu ini berasal dari kunyit yang ditambahkan pada adonan tahu. Tahu kuning memiliki citarasa yang gurih dan teksturnya lembut. Tahu kuning cocok dijadikan sebagai pelengkap dalam hidangan gudeg atau sebagai lauk yang disajikan bersama nasi.

3. Tahu sutra

Tahu ini memiliki tekstur yang kenyal seperti gel dan citarasa yang khas. Selain Indonesia, banyak negara – negara di Asia Timur yang terkenal akan produksi tahu ini, seperti Jepang dan Tiongkok. Tahu sutra biasanya dihidangkan dengan sayur mayur atau sebagai bahan baku sup. Tahu sutra cocok untuk dijadikan camilan atau hidangan utama.

4. Tahu pong

Tahu pong adalah jenis tahu yang berongga di bagian dalamnya. Saat digoreng, bagian luar tahu menjadi sangat renyah. Bagian dalamnya tetap kosong dan agak lembut. Tahu ini disajikan sebagai camilan dengan saus kecap atau sambal petis.

5. Tahu sumedang

Tahu sumedang merupakan tahu putih yang sudah diolah dan banyak dijual dalam keadaan sudah digoreng. Sama seperti namanya, tahu sumedang merupakan jenis tahu yang berasal dari wilayah Sumedang, Jawa Barat. Namun, tahu sumedang juga bisa didapatkan di luar daerah Sumedang. Biasanya, tahu sumedang dijajakan

di warung gorengan pinggir jalan dengan kemasan yang terbuat dari anyaman bambu.

2.1.3 Teori Permintaan

Ritonga (2003:108) menyatakan permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga. Semakin tinggi (mahal) harga, semakin sedikit permintaan. Sebaliknya semakin rendah (murah) harga, semakin banyak permintaan. Menurut Lukman (2007:18), permintaan (demand) terhadap suatu barang dan jasa dapat didefinisikan sebagai suatu hubungan antara sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk dibeli di pasar pada tingkat harga dan waktu tertentu.

Manurung (2008:24) menyatakan bahwa permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Nasution, dkk (2006:80) mendefinisikan permintaan terhadap barang dan jasa adalah kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu, dengan kata lain orang bersedia membeli untuk memberi penekanan konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat harga. Maksud dari kata bersedia disini adalah konsumen memiliki keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa dan sekaligus memiliki kemampuan uang atau pendapatan. Kemampuan seringkali disebut dengan istilah daya beli.

Jadi dapat disimpulkan bahwa permintaan itu adalah sesuatu yang berhubungan dengan kuantitas atau jumlah dari barang atau jasa yang diminta oleh konsumen dalam kondisi, tingkat harga dan periode tertentu sesuai dengan keinginan konsumen akan barang atau jasa tersebut.

Lukman (2007:19) menyatakan hukum permintaan (The Law of demand) adalah hubungan antara jumlah barang yang dibeli berbanding terbalik dengan harga artinya semakin tinggi harga sesuatu barang makin sedikit jumlah barang yang akan dibeli/diminta oleh konsumen dan sebaliknya, apabila harga dari suatu barang diturunkan, maka jumlah barang yang dibeli akan menaikkan/bertambah.

Hukum permintaan tidak berlaku mutlak, tetapi bersifat tidak mutlak dan dalam keadaan ceteris paribus (faktor-faktor lain dianggap tetap). Hukum permintaan berbunyi: “apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang. (Suprayitno, 2008:55).

Faktor yang mempengaruhi permintaan

Menurut Sukirno (2004:76) Permintaan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Harga barang itu sendiri Naik atau turunnya harga barang atau jasa akan mempengaruhi banyak/sedikitnya terhadap jumlah barang yang diminta. Jika harga barang tersebut turun maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan bertambah. Sebaliknya, jika harga barang tersebut naik maka permintaan akan barang tersebut akan berkurang.
2. Harga barang lain yang berkaitan dengan barang tersebut apabila penurunan harga barang satu menurunkan permintaan terhadap barang lain, maka kedua barang tersebut disebut barang substitusi. Jika penurunan harga suatu barang 9 meningkatkan permintaan barang lainnya, kedua barang tersebut disebut barang komplemen.

3. Pendapatan masyarakat Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Pada kenyataannya, pendapatan mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Lukman (2007:23) menyatakan bahwa bila terjadi kenaikan penghasilan maka akan mengakibatkan penurunan permintaan terhadap barang inferior. Sedangkan untuk barang normal, bila pendapatan bertambah maka permintaan terhadap barang tersebut juga bertambah. Menurut Samuelson (2003:55) Pendapatan rata-rata dari konsumen sangat menentukan permintaan. Apabila pendapatan masyarakat naik, maka individu cenderung membeli hampir segala sesuatu dalam jumlah yang lebih banyak, sekalipun harga-harga tidak berubah.
4. Konsumsi konsumsi didefinisikan sebagai jumlah total barang dan jasa yang dibeli untuk tujuan konsumsi langsung.
5. Jumlah penduduk Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah permintaan. Semakin banyak penduduk, maka jumlah permintaan akan meningkat.
6. Ketersediaan barang (produksi) ketersediaan barang-barang yang berhubungan dapat mempengaruhi permintaan suatu komoditas.

2.1.4 Fungsi Permintaan

Dalam perkembangan teori permintaan modern, Deaton dan Muellbauer (1980) menjelaskan bahwa fungsi permintaan harus konsisten dengan teori utilitas serta memenuhi sifat-sifat teoritis seperti homogenitas dan simetri. Mereka mengembangkan *Almost Ideal Demand System (AIDS)* sebagai model empiris yang

fleksibel untuk mengestimasi fungsi permintaan berbagai komoditas secara simultan. Model ini memungkinkan peneliti untuk menghitung elastisitas harga dan pendapatan secara lebih akurat serta tetap konsisten dengan teori ekonomi mikro.

2.1.5 Teori Elastisitas

Secara teoretis, elastisitas diturunkan dari proses maksimisasi utilitas konsumen di bawah kendala anggaran. Dalam kerangka ini, konsumen diasumsikan rasional dan berusaha memaksimalkan kepuasan dengan sumber daya yang terbatas. Deaton dan Muellbauer (1980) menjelaskan bahwa elastisitas merupakan parameter utama dalam sistem permintaan karena mencerminkan struktur preferensi konsumen serta konsistensi dengan teori utilitas. Dalam model *Almost Ideal Demand System (AIDS)* yang mereka kembangkan, elastisitas harga dan pendapatan dapat diestimasi secara simultan sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumsi.

2.1.6 Teori Perilaku konsumen

Dalam konteks kebijakan ekonomi, Hausman (1996) menyatakan bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting dalam mengukur surplus konsumen dan mengevaluasi dampak perubahan harga maupun inovasi produk terhadap kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, teori perilaku konsumen tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam analisis kebijakan dan strategi pemasaran.

2.2 Teori Regresi

Teori regresi merupakan salah satu pendekatan utama dalam analisis statistik dan ekonometrika yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen (variabel terikat) dengan satu atau lebih variabel independen

(variabel bebas). Dalam penelitian kuantitatif, regresi digunakan untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk melakukan prediksi berdasarkan hubungan yang terbentuk dalam model.

Secara konseptual, model regresi linier didasarkan pada metode *Ordinary Least Squares* (OLS), yaitu metode estimasi yang meminimalkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai aktual dengan nilai prediksi (residual). Wooldridge (2010) menjelaskan bahwa dalam kerangka model regresi linier klasik, estimasi OLS akan menghasilkan penaksir yang bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) apabila memenuhi asumsi Gauss-Markov, yaitu linearitas parameter, tidak adanya multikolinearitas sempurna, nilai harapan error sama dengan nol, serta varians error yang konstan (homoskedastisitas).

Model regresi linier berganda secara umum dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

di mana Y merupakan variabel dependen, $X_1, X_2, \dots, X_k$ adalah variabel independen, β_0 adalah konstanta (intercept), $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ adalah koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen, dan e adalah error term yang mencerminkan faktor-faktor lain di luar model.

Regresi Linear Berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Dalam bahasa Inggris, istilah ini disebut dengan multiple linear regression. Diasumsikan bahwa yang menjadi objek dalam penelitian adalah luas tanah, luas bangunan, usia bangunan, jarak rata-rata dari pusat keramaian, banyak kamar tidur, dan daya listrik terpasang terhadap harga rumah. sehingga pentingnya variabel-variabel yang berpengaruh dengan tujuan

penjualan rumah menghasilkan keuntungan yang tinggi dan mencari persamaan antar variabel. Menurut Sugiyono (2012: 275), analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya). Dalam hal ini, ada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Dengan demikian, Regresi Linier Berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_N X_N + e$$

Ket :

- Y = Variabel dependen.
- x_1, x_2, x_3 = Variabel independen.
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi
- e = Variable error

Dimana Y adalah variabel dependen, $X_1, X_2, \dots, X_N$ adalah variabel independen, β_0 adalah konstanta (intercept), β_i adalah koefisien regresi yang menunjukkan besarnya perubahan pada Y akibat perubahan satu satuan pada X_i dan E adalah kesalahan (error term).

2.2.1 Uji F

Dalam konteks penelitian di Indonesia, Ghozali menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Buku ini sering menjadi rujukan dalam skripsi dan tesis bidang manajemen dan ekonomi. Ghozali, I. (2018).

Menurut Budiman (2019), uji F dilakukan untuk mengetahui kesesuaian model regresi secara umum sebelum melanjutkan ke uji parsial (uji t). Nilai F-hitung diperoleh dengan membandingkan variasi yang dijelaskan oleh model (mean square regression) dengan variasi residual (mean square error). Jika nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel, maka model dinyatakan signifikan secara simultan.

Menurut Ghozali (2016) uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh apakah semua variabel independen yang dimaksud mempunyai pengaruh keseluruhan terhadap variabel dependen. Penggunaan tingkat signifikansi dalam penelitian ini yaitu 0,05 (5%). Pengambilan keputusan uji F dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansi (sig.) dari tabel output Anova. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai sig. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.2.2 Uji T

Ghozali (2018; 88) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial.

Menurut Sugiyono (2018; 223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Menurut Nur Hariyanti, (2022), uji t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel bebas memiliki kontribusi signifikan terhadap variabel dependen, dengan kriteria pengambilan keputusan: jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ atau

nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2.3 Uji Asumsi klasik

Menurut Purnomo (2017:107) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

2.4 Variabel dummy

(Gujarati, 2012) Variabel dummy adalah variabel yang menggambarkan ada atau tidaknya kualitas dengan membuat variabel palsu dengan nilai 1 atau 0. Variabel dummy merupakan variabel yang bersifat kategorikal yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel yang bersifat kontinue. Variabel dummy sering juga disebut variabel boneka, binary, kategorik atau dikotom. Variabel dummy hanya mempunyai 2 (dua) nilai yaitu 1 dan nilai 0, serta diberi simbol D. Dummy memiliki nilai 1 ($D=1$) untuk salah satu kategori dan nol ($D=0$) untuk kategori yang lain. $D = 1$ untuk suatu kategori (laki-laki, kulit putih, sarjana dan

sebagainya) $D = 0$ untuk kategori yang lain (perempuan, kulit berwarna, non-sarjana dan sebagainya).

2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus IA, & Pramoto G (2002), dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di kecamatan sukomanunggal kota surabaya. Bahwa harga tempe (X1), harga tahu putih (X2), tingkat pendapatan (X3), jenis tempe (X4), dan jumlah tanggungan (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat permintaan tempe pada masyarakat Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurauni Y, & Wiwoho B (2007), dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe pada rumah tangga di Kelurahan Tenggilis, Kota Surabaya. Permintaan tempe pada konsumen rumah tangga di kelurahan tenggilis Kota surabaya rata-rata 30 kali dalam sebulan dengan jumlah responden. Faktor yang mempengaruhi permintaan tempe adalah harga tempe, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga. Hasil analisis uji t didapatkan hanya variabel harga tempe tidak berpengaruh signifikan

Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Santoso RA, ddk (2021), dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kedelai di Kota Bandung. Secara simultan, harga kedelai, harga daging ayam, harga beras medium, jumlah penduduk, dan pendapatan perkapita secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan kedelai di Kota bandung. Sedangkan secara parsial, harga kedelai, harga beras medium, dan pendapatan perkapita berpengaruh secara nyata terhadap permintaan kedelai di Kota bandung. Sedangkan harga daging ayam dan jumlah penduduk tidak berpengaruh nyata pada permintaan kedelai di ota bandung.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Styawan F, dkk (2016), yang berjudul permintaan kedelai pada industri rumah tangga tahu di Kabupaten Sleman. Harga kedelai berpengaruh negatif terhadap permintaan kedelai pada industri tahu di Kabupaten Sleman, sedangkan upah tenaga kerja dan harga kayu bakar berpengaruh positif terhadap permintaan kedelai pada industri tahu di Kabupaten Sleman. Nilai tambah dari produk tahu goreng sebesar Rp. 5.602,4/kg kedelai, tahu putih sebesar Rp. 5.175,2/kg kedelai, dan tahu kuning sebesar Rp. 3.999,6/kg kedelai

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nuraida N, ddk. (2024), yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tahu bulat di Desa Janggala, Kecamatan Cidolog, Kabupaten Ciamis. 1. Secara individu, faktor harga (X1) dan jumlah tanggungan keluarga (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan tahu bulat (Y). Sementara itu, variabel harga sotong (X2), pendapatan konsumen (X3), dan preferensi konsumen (D1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tahu bulat. 2. Secara bersama-sama, variabel harga (X1), harga sotong (X2), tanggungan keluarga (X3), pendapatan konsumen (X4), dan selera konsumen (D1) memberikan pengaruh signifikan terhadap permintaan tahu bulat (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh Hanafi FI, ddk. (2014), dengan judul analisis faktor faktor yang mempengaruhi permintaan Tempe dikelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang selatan bahwa hasil perhitungan harga tempe di dapat sebesar 0,970 artinya tempe bersifat elastisitas.

Berdasarkan peneliti yang dilakukan oleh Ikhsan MF, ddk (2020), Yang berjudul Faktor-faktot yang mempengaruhi permintaan tahu di Kota Medan.

Berdasarkan hasil penelitian hasil uji t didapat bahwa secara parsial variabel harga tahu putih berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu putih di Kota Medan sedangkan variabel harga tempe, pendapatan dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu putih di Kota Medan.

Berdasarkan peneliti yang dilakukan oleh Hanafi FI, ddk (2014), yang berjudul Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan. Hasil perhitungan elastisitas harga tempe didapat sebesar 0,970 artinya tempe bersifat inelastis. Dalam jangka pendek permintaan tempe bersifat inelastis terhadap semua faktor yang mempengaruhi permintaan tempe di Kelurahan Jurangmangu Timur yang artinya respon masyarakat terhadap perubahan harga tempe, tahu, telur, jumlah anggota keluarga dan pendapatan keluarga tidak berpengaruh besar terhadap perubahan permintaan tempe di Kelurahan Jurangmangu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alsyatri H, ddk (2024), dengan judul Analisis faktor faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah di Kelurahan Matawai Kecamatan Kota Waingpu. Menunjukkan bahwa variabel harga bawang merah dan Bombay tidak berpengaruh, sedangkan terhadap keinginan bawang merah, sebaliknya variabel pendapatan dan dukungan sosial berpengaruh buruk terhadap keinginan terhadap bawang merah.

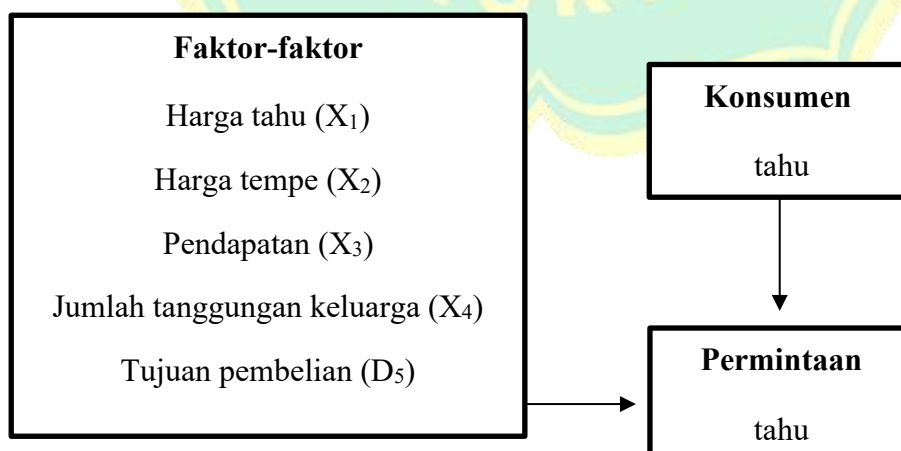
2.6 Kerangka Pemikiran

Tahu putih merupakan salah satu bahan pangan yang memegang peranan untuk keseimbangan gizi dan menjadi salah satu lauk-pauk favorit masyarakat. Tahu putih dibuat dari ekstrak protein kedelai yang telah digumpalkan dengan asam, ion kalsium, dan bahan penggumpal lainnya. Tahu putih begitu populer

sebagai makanan murah yang kaya gizi, dengan kandungan rendah lemak dan tinggi asam lemak omega 3 yang terdapat dalam bahan baku utamanya kedelai sehingga dapat dimanfaatkan untuk menjaga kesehatan tubuh.

Konsumen tahu putih adalah mereka yang melakukan kegiatan pembelian (mengkonsumsi) tahu putih untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen tahu putih melakukan permintaan sangat mudah diperoleh di pasar tradisional. Tahu putih sangat diminati oleh semua kalangan karena tahu putih menjadi salah satu alternatif lauk pauk bagi masyarakat Kota Medan dengan harga yang murah dan memenuhi syarat gizi yang terkandung didalamnya protein nabati, lemak, kalsium dan energi.

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta oleh konsumen pada suatu harga dan waktu yang dilakukan oleh konsumen. Permintaan sangat berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tahu di Kota Bengkulu adalah harga tahu putih, harga tempe, pendapatan dan jumlah tanggungan, ukuran tahu, jenis tahu. Secara skematik kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran Faktor-Faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap tahu.

2.7 Hipotesis penelitian

Diduga faktor harga tahu, harga tempe, pendapatan, jumlah tanggungan dan tujuan pembelian tahu berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumen terhadap tahu di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu.

