

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI MERAH BESAR DI KOTA MATARAM

### *FACTORS AFFECTING DEMAND LARGE RED CHILLIES IN MATARAM CITY*

**Amry Rakhman<sup>1</sup>, Anwar<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*\*Email penulis korespondensi: [anwar@unram.ac.id](mailto:anwar@unram.ac.id)*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar dan untuk menganalisis elastisitas harga, elastisitas silang, dan elastisitas pendapatan konsumen permintaan cabai merah besar di Kota Mataram. Penelitian ini dilakukan di Pasar Mandalika Kecamatan Sandubaya dan Pasar Kebon Roek Kecamatan Ampenan. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan alasan memilih lokasi penelitian karena pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang banyak terdapat pedagang cabai merah besar. Konsumen cabai merah besar diambil 40 orang konsumen, dimana di tiap pasar yang telah ditentukan diambil 20 orang konsumen. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan fungsi Cobb-Douglas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar secara signifikan yaitu harga cabai merah besar, harga bawang merah, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga. Sementara harga cabai merah keriting tidak berpengaruh secara signifikan. (2) Elastisitas harga menunjukkan bahwa cabai merah besar bersifat inelastis, cabai merah keriting sebagai barang substitusi dan bersifat inelastis, dan bawang merah sebagai barang komplementer dan bersifat inelastis, dan pendapatan konsumen bersifat inelastis.

Kata Kunci: Permintaan, cabai merah besar, elastisitas

#### **Abstract**

This study aims to analyze the factors influencing the demand for large red chilies and to analyze the price elasticity, cross-elasticity, and consumer income elasticity of demand for large red chilies in Mataram City. This research was conducted at Mandalika Market, Sandubaya District, and Kebon Roek Market, Ampenan District. The research areas were determined using purposive sampling, as these markets are traditional markets with numerous large red chili vendors. Forty consumers of large red chilies were selected, with 20 consumers selected from each predetermined market. The sampling method used was accidental sampling. Data analysis in this study used multiple regression with the Cobb-Douglas function. The results showed that: (1) Factors that significantly influence the demand for large red chilies are the price of large red chilies, the price of shallots, consumer income, and the number of family members. Meanwhile, the price of curly red chilies did not have a significant effect. (2) Price elasticity indicates that large red chilies are inelastic, curly red chilies are substitute goods and are inelastic, and shallots are complementary goods and are inelastic, and consumer income is inelastic.

Keywords: Demand, Large Red Chilies, Elasticity

## **PENDAHULUAN**

Subsektor hortikultura mempunyai peran yang strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan komersial adalah tanaman cabai merah. Tanaman cabai merah ini mempunyai posisi yang cenderung semakin penting dalam pola konsumsi makanan yaitu sayuran atau bumbu masakan sehari-hari maka dari itu cabai merah berindikasi memiliki

peluang pasar yang semakin luas baik itu untuk memenuhi permintaan konsumsi rumah tangga maupun industri dalam negeri serta ekspor (Andayani, 2016). Selain itu beberapa alasan penting komoditi cabai merah perlu dikembangkan yaitu: (1) komoditi yang mempunyai nilai ekonomi tinggi (high economic value commodity), (2) komoditas unggulan nasional dan daerah, (3) menduduki posisi penting dalam menu pangan walaupun dalam jumlah kecil namun setiap hari dikonsumsi oleh banyak orang, (4) mempunyai manfaat yang cukup beragam dan sebagai bahan baku industri.

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Jenis tanaman yang dibudidayakan dalam hortikultura meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, dan tanaman hias. Salah satu produk dari hortikultura tersebut adalah cabai. Cabai merupakan produk sayuran yang digolongkan ke dalam tiga kelompok yaitu cabai merah besar, cabai kecil dan cabai hias. Diantara ketiga jenis cabai tersebut, cabai merah besar merupakan jenis cabai yang paling banyak diperdagangkan dalam masyarakat (Dalimunthe, *et al.*, 2017; Syahputra, *et al.*, 2017; Zamili, *et al.*, 2020).

Cabai merah merupakan komoditas sayuran yang banyak mendapat perhatian karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Kebutuhan akan cabai terus meningkat setiap tahun sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri yang membutuhkan bahan baku cabai. Cabai merah merupakan salah satu komoditi yang sangat potensial untuk dibudidayakan. Kendati demikian petani cabai merah tidak selamanya mengalami keuntungan. Ada waktu dimana petani sering mengalami kerugian yang sangat besar. Hal ini terkait dengan resiko yang dihadapi petani terutama dari sisi harga. Harga cabai merah sangat fluktuatif, hal ini tidak terlepas dari adanya pengaruh permintaan dan penawaran yang terjadi dipasar (Eliyatiningssih dan Mayasari, 2019).

Cabai merah besar adalah salah satu jenis tanaman hortikultura yang mengalami perkembangan dari tahun ke tahun selaras dengan perkembangan penduduk, perkembangan teknologi, serta kemampuan berevolusi, dan beradaptasi dari tanaman itu sendiri. Cabai merah besar merupakan salah satu komoditas sayuran yang selalu mendapat perhatian karena selain memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, cabai merah besar juga diperlukan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia sebagai bumbu penguat rasa pedas pada makanan, mempunyai kapasitas meningkatkan pendapatan petani, sebagai bahan baku industri dan memiliki peluang eksport. Secara umum cabai merah besar memiliki banyak kandungan gizi dan vitamin untuk masyarakat, diantaranya vitamin A, B1, dan vitamin C, protein, lemak, kalori, kabohidarat, dan kalsium (Wijantara, *et al.*, 2022).

Cabai merah memang merupakan komoditas herbal yang sangat populer. Tak heran jika banyak sekali cabai di pasaran. Dari pasar rakyat, supermarket, warung pinggir jalan, restoran kecil, perusahaan katering, hotel bintang lima, pabrik saus hingga pabrik mie instan, cabai banyak dibutuhkan setiap hari. Saat ini kebutuhan cabai di tingkat nasional masih dipenuhi oleh sentra produksi dan pasokan cabai di luar negeri (Prajnanta, 2007).

Cabai merah besar adalah salah satu produk sayuran yang paling populer di Indonesia. Sayuran ini secara alami pedas dan memiliki rasa unik yang dapat membangkitkan selera makan Anda pada beberapa orang. Selain digunakan sebagai penyedap makanan, cabai memiliki manfaat kesehatan, antara lain merangsang nafsu makan, melegakan tenggorokan dan mengurangi dahak, mengobati kembung, dan salep. Bahkan masakan yang dicampur dengan cabai bisa membakar hingga 2,5% kalori (Satyanarayana, 2006).

Cabai merah besar selalu dibutuhkan tiap harinya, sedangkan produktivitas cabai merah besar bersifat musiman sehingga pada saat tertentu cabai merah besar mengalami gejolak harga berupa kenaikan harga pada saat permintaan lebih tinggi dari pasokan maupun merosotnya harga cabai merah besar ketika pasokan lebih tinggi dari permintaan. Permintaan cabai merah besar terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan kebutuhan konsumsi masyarakat. Menurut data BPS (2025), konsumsi cabai merah besar di Kota Mataram pada tahun 2024 sebesar 1,47 gram/kapita/hari. Selain meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya, pendapatan masyarakat juga meningkat membuat permintaan akan cabai merah besar juga terus meningkat.

Permintaan baru bisa terjadi pada saat konsumen memiliki kebutuhan akan barang tersebut dan juga memiliki daya beli untuk mendapatkan produk tersebut. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli dikenal dengan istilah permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut dengan permintaan potensial. Daya beli konsumen itu sendiri disokong oleh dua faktor mendasar, yakni pendapatan konsumen dan harga produk yang dikehendaki. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dalam mencapai tujuan. Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam permintaan terhadap suatu barang dapat berupa harga dari barang itu sendiri, harga barang lain (barang substitusi), jumlah anggota keluarga, dan selera. Selanjutnya dalam proses pembelian cabe merah juga sangat berkaitan faktor-faktor pertimbangannya antara lain lokasi pembelian, harga produk, kualitas produk, gaya hidup serta sikap masyarakat terhadap produk tersebut (Asmaida & Putra, 2023).

Permasalahan yang terjadi akibat adanya perilaku konsumen terhadap permintaan cabai merah besar tidak hanya dari petani saja melainkan dapat terjadi adanya beberapa faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya sehingga permintaan konsumen kurang menentu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar dan menganalisis elastisitas harga, elastisitas silang, dan elastisitas pendapatan permintaan cabai merah besar di Kota Mataram.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Mandalika Kecamatan Sandubaya dan Pasar Kebon Roek Kecamatan Ampenan. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan alasan memilih lokasi penelitian karena pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang banyak terdapat pedagang cabai merah besar (Ariawaty, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen cabai merah besar di Kota Mataram. Dari seluruh populasi konsumen cabai merah besar di Kota Mataram diambil 40 responden konsumen cabai merah besar, dimana di tiap pasar yang telah ditentukan diambil 20 responden konsumen. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*, yaitu cara pengambilan sampel secara penelusuran (*accidental*) dengan mengambil sampel konsumen yang kebetulan ada atau sedang berbelanja cabai merah besar di lokasi penelitian (Notoatmodjo, 2010;

Sugiyono, 2014). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan fungsi Cobb-Douglas sebagai berikut (Walid, *et al.*, 2021; Andayani, 2016):

$$Y = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} X_3^{b_3} X_4^{b_4} X_5^{b_5} e$$

Dengan menggunakan logaritma natural persamaan tersebut, maka menjadi persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$\ln Y = \ln b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5$$

Keterangan :

$Y$  = Permintaan cabai merah besar (kg/tahun)

$X_1$  = harga cabai merah besar (Rp/Kg)

$X_2$  = harga cabai merah keriting (Rp/Kg)

$X_3$  = harga bawang merah (Rp/Kg)

$X_4$  = Pendapatan (Rp/Tahun)

$X_5$  = Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)

$b_0$  = Konstanta

$b_i$  = Koefisien regresi

$e$  = error

Elastisitas permintaan dianalisis dengan cara melihat nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas pada model regresi linier berganda logaritma natural ( $\ln$ ) yang dihasilkan. Elastisitas permintaan yang dianalisis adalah elastisitas harga, elastisitas silang dan elastisitas pendapatan (Pappas dan Mark, 1995).

#### Elastisitas Harga

$$\epsilon_h = \frac{\% \text{ Perubahan permintaan cabai merah besar (Y)}}{\% \text{ Perubahan harga cabai merah besar (P)}}$$

#### Elastisitas Silang

$$\epsilon_{sx} = \frac{\% \text{ Perubahan permintaan cabai merah besar (Y)}}{\% \text{ Perubahan harga cabai merah keriting (X)}}$$

$$\epsilon_{sx} = \frac{\% \text{ Perubahan permintaan cabai merah besar (Y)}}{\% \text{ Perubahan harga bawang merah (X)}}$$

#### Elastisitas Pendapatan

$$\epsilon_p = \frac{\% \text{ Perubahan permintaan cabai merah besar (Y)}}{\% \text{ Perubahan pendapatan (I)}}$$

Untuk mengestimasi koefisien regresi dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*ordinary least square*), dengan bantuan aplikasi program SPSS 23. Untuk menguji keberartian koefisien regresi berganda dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar dilakukan uji keberartian koefisien regresi secara serentak (Uji F) dan parsial (Uji t). Uji asumsi klasik yang perlu dilakukan adalah multikolinearitas (Ghozali, 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Uji Asumsi Klasik Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara satu periode penelitian ( $t$ ) dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ). Pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai  $dl < DW < 4-du$  maka tidak terjadi

autokorelasi, apabila nilai  $DW < d_L$  atau  $DW > 4-d_L$  maka terjadi autokorelasi, dan apabila nilai  $d_L < DW < d_U$  atau  $4-d_U < DW < 4-d_L$  artinya tidak dapat disimpulkan atau tidak ada kepastian. Jika nilai DW mendekati 2 maka dalam model tidak terjadi gejala autokorelasi (Djalal, 2005).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Logaritma Natural

Mode	Koefisien	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity	
		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
	(Constant)	1.123	1.143	0.982	0.333		
	LnHarga Cabai Merah (X1)	-0.347	0.129	-2.689	0.004	0.778	1.263
	LnHarga CM Keriting (X2)	-0.244	0.140	-1.743	0.146	0.770	1.380
	LnHarga Bawang Merah (X3)	-0.159	0.073	-2.171	0.037	0.897	1.449
	LnPendapatan Konsumen (X4)	0.421	0.175	2.399	0.022	0.851	1.620
	LnJumlah Anggota Keluarga (X5)	0.168	0.012	2.855	0.000	0.943	2.425
	Durbin-Watson (DW)	1.943					
	R (Korelasi)	0.815					
	R Square ( $R^2$ )	0.664					
	F-hitung	13.422					
	F-tabel (5,34)	2.471					

a Dependent Variable: LnPermintaan CMB

Sumber: Output SPSS Diolah

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,943 dimana pada model penelitian menggunakan  $\alpha = 0,05$  dengan jumlah observasi sebanyak 40, variabel independen sebanyak 5, maka didapatkan nilai  $d_L = 1,231$  dan  $d_U = 1,786$ . Maka nilai  $d_L (1,231) < DW (1,943) < 4-d_U (2,214)$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada model (nilai DW mendekati 2 tidak terjadi autokorelasi).

#### Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel pada Tabel 1. Gejala multikolinearitas tidak terjadi jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai Tolerance  $> 0,1$ . Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai tolerance masing-masing variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , sehingga diperoleh kesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas di dalam model tersebut.

#### Uji Keberartian Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji F)

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan cabai merah besar adalah harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan tanggungan keluarga.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada regresi linear berganda sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Berdasarkan analisis data, nilai  $R^2$  sebesar 0,664 artinya 66,4% variabel harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga dapat menjelaskan variasi permintaan cabai merah besar. Sisa 33,6% dari variasi tidak dapat dijelaskan oleh persamaan regresi atau ditentukan oleh variabel

lain yang tidak termasuk dalam model. Berdasarkan  $R^2$  dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan sesuai atau kompatibel dengan data empiris.

Uji F untuk menentukan pengaruh variabel bebas harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga secara bersama-sama. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai F-hitung 13,422 > F-tabel 2,471 menunjukkan penolakan ( $H_0$ ) dan ( $H_1$ ) diterima. Dengan kata lain variabel-variabel seperti harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga secara bersama-sama berpengaruh nyata atau signifikan terhadap permintaan cabai merah besar.

#### **Uji Keberartian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Uji t untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas (harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga terhadap permintaan cabai merah besar. Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan ( $p\text{-value} < \alpha = 0,05$ ) secara parsial terhadap permintaan cabai merah besar adalah harga cabai merah besar ( $X_1$ ), harga bawang merah ( $X_3$ ), pendapatan konsumen ( $X_4$ ), dan jumlah anggota keluarga ( $X_5$ ), sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan adalah harga cabai merah keriting ( $X_2$ ). Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$\ln Y = 1,123 - 0,347 \ln X_1 - 0,244 \ln X_2 - 0,159 \ln X_3 + 0,421 \ln X_4 + 0,168 \ln X_5$$

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

#### **Harga Cabai Merah Besar ( $X_1$ )**

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel harga cabai merah besar adalah -0,347. Nilai koefisien variabel tersebut menunjukkan korelasi negatif dan berpengaruh nyata pada tingkat kepercayaan 95% ( $0,004 < \alpha = 0,05$ ) terhadap permintaan cabai merah besar (Lihat Tabel 2). Tanda negatif berarti ketika harga cabai merah besar naik 1%, maka permintaan cabai merah besar turun sebesar 0,347%, dan sebaliknya, ketika harga cabai merah besar turun, permintaan akan cabai merah besar meningkat. Hal ini sesuai dengan teori permintaan, bahwa semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan dan sebaliknya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yanti (2019) yang menyatakan bahwa harga cabai rawit berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan cabai rawit di Kota Denpasar pada taraf nyata 5%.

#### **Harga Cabai Merah Keriting ( $X_2$ )**

Dalam penelitian ini cabai merah keriting merupakan barang penggantinya. Berdasarkan hasil analisis, koefisien regresi variabel harga cabai merah keriting adalah -0,244. Hasil uji-t  $p\text{-value}$  ( $0,146 > \alpha = 0,05$ ) artinya terima hipotesis nol ( $H_0$ ) dan tolak hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang berarti harga cabai merah keriting tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Artinya, permintaan cabai merah besar tidak dipengaruhi oleh harga cabai merah keriting. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Septiadi, *et al.*, (2020) yang menyatakan harga cabai rawit organik tidak mempunyai pengaruh nyata atau tidak signifikan terhadap permintaan cabai rawit di Kota Mataram dengan taraf nyata 5 persen.

#### **Harga Bawang Merah ( $X_3$ )**

Dalam penelitian ini, bawang merah digunakan sebagai barang komplementer cabai merah besar. Bawang merah pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan cabai merah

besar, sebagai bumbu dapur atau bumbu masakan. Berdasarkan analisis model regresi, koefisien regresi variabel harga bawang merah adalah -0,159. Berdasarkan hasil analisis regresi, uji t  $p$ -value ( $0,037 < \alpha = 0,05$ ), sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, yang menyiratkan bahwa harga bawang merah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan cabai merah besar. Tanda negatif berarti ketika harga bawang merah naik, harga cabai merah besar turun, sehingga permintaan cabai merah besar berkurang secara signifikan.

#### **Pendapatan Konsumen (X4)**

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi variabel pendapatan konsumen sebesar 0,421 dan berdasarkan hasil uji-t berbeda nyata dengan  $0,022 < 0,05$  sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Artinya, peningkatan pendapatan konsumen per kapita berpengaruh signifikan terhadap konsumsi cabai merah besar di Kota Mataram. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yanti (2019) menunjukkan hasil yang signifikan, sehingga pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai rawit di Kota Denpasar pada taraf nyata 5%.

#### **Jumlah Anggota Keluarga (X5)**

Berdasarkan hasil analisis regresi koefisien variabel jumlah anggota keluarga adalah 0,168 yang berbeda nyata dengan nol pada  $\alpha = 0,05$  sesuai dengan hasil uji-t, sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Hal ini berarti jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi permintaan cabai merah besar. Jumlah anggota keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai merah besar, ditunjukkan dengan nilai t-statistik 2,855 pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berarti jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil Aulia, *et al.* (2022) yang menyatakan jumlah penduduk berpengaruh negatif, jika jumlah penduduk bertambah maka permintaan cabai merah besar berkurang. Sejalan dengan penelitian Astuti, *et al.* (2021) yang menyatakan ketika jumlah anggota keluarga bertambah maka permintaan terhadap pembelian cabai merah juga bertambah.

#### **Elastisitas Permintaan Cabai Merah Besar**

Untuk menentukan seberapa besar variasi fungsi permintaan terhadap harga, kita dapat mencarinya dengan menggunakan koefisien regresi untuk setiap variabel bebas. Hal yang menarik dari model logaritma ini adalah nilai koefisien regresi untuk setiap variabel bebas juga elastisitasnya.

#### **Elastisitas Harga**

Dari hasil analisis terlihat bahwa elastisitas harga cabai merah besar adalah -0,347. Elastisitasnya negatif, yaitu jika harga cabai merah besar naik 1% maka permintaan cabai merah besar akan turun sebesar 0,347%. Berdasarkan tanda elastisitas tersebut ( $< 1$ ) dan negatif, berarti cabai merah besar termasuk kedalam barang yang bersifat inelastis. Hal ini berarti bahwa konsumen tidak terlalu mengurangi pembelian cabai merah besar secara signifikan, jika terjadi kenaikan harga cabai merah besar. Karena cabai merah besar termasuk kedalam salah satu barang kebutuhan pokok masyarakat di Kota Mataram. Hal tersebut dapat dilihat dari permintaan atau konsumsi cabai merah besar rata-rata sebesar 1,47 gram/kapita/hari.

#### **Elastisitas Silang**

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh elastisitas silang dari harga cabai merah keriting adalah -0,244 dan bertanda negatif, yang berarti bahwa jika harga cabai merah keriting naik sebesar 1%, maka permintaan cabai merah besar akan turun sebesar 0,244%.

Karena masyarakat Kota Mataram tidak terlalu banyak yang menggunakan cabai merah keriting sebagai pengganti cabai merah besar. Sehingga penurunan permintaan cabai merah besar tidak dipengaruhi oleh cabai merah keriting. Meskipun tidak signifikan akan tetapi cabai merah keriting termasuk kedalam barang substitusi dan bersifat inelastis ( $< 1$ ). Sedangkan nilai elastisitas silang dari bawang merah adalah -0,159, berarti jika harga bawang merah naik sebesar 1% maka permintaan cabai merah besar akan turun sebesar 0,159%, dan sebaliknya. Nilai elastisitas harga silang yang bertanda negatif menunjukkan bahwa bawang merah merupakan barang komplementer dari cabai merah besar.

#### **Elastisitas Pendapatan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh elatisitas pendapatan konsumen adalah 0,421. Nilai elastisitas tersebut bertanda positif yang berarti bahwa jika pendapatan konsumen naik sebesar 1% maka permintaan cabai merah besar naik sebesar 0,421%, begitu juga sebaliknya, jika pendapatan konsumen turun sebesar 1% maka permintaan cabai merah besar turun sebesar 0,421%. Berdasarkan nilai elastisitasnya diantara 0 dan 1, maka cabai merah besar termasuk kedalam barang kebutuhan atau masuk kedalam barang pokok. Jika pendapatan konsumen naik, maka permintaan atau konsumsi cabai merah besar akan mengalami kenaikan yang signifikan. Berdasarkan nilai elastisitasnya tersebut ( $< 1$ ), maka cabai merah besar termasuk kedalam barang inelastis.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar secara signifikan di Kota Mataram yaitu harga cabai merah besar, harga bawang merah, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga. Sementara harga cabai merah keriting tidak berpengaruh secara signifikan. Elastisitas harga menunjukkan bahwa cabai merah besar bersifat inelastis, cabai merah keriting sebagai barang substitusi dan bersifat inelastis, dan bawang merah sebagai barang komplementer dan bersifat inelastis, dan pendapatan konsumen bersifat inelastis.

### **Saran**

Bagi pemerintah atau pengambil kebijakan terkait, diperlukan melakukan kebijakan distribusi cabai merah yang efektif. Bagi pemasok cabai merah besar dapat menentukan strategi penjualan cabai merah besar. Untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel lain yang belum dimasukan dalam penelitian ini seperti cabai rawit dan cabai merah kecil untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar secara menyeluruh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andayani, (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Cabai Merah. Fakultas Pertanian Universitas Majalengka. *Mimbar Agribisnis*, 1(3), 261-267. <https://doi.org/10.25157/ma.v1i3.46>
- Ariawaty, R. N. 2018. Metode Kuantitatif Praktis. Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera.
- Asmaida & Putra, A.I. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Volume Pembelian Cabe Merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari. *Jurnal MeA*,

- 8(1), 30-41. <https://doi.org/10.33087/mea.v8i1.154>
- Astuti, S.F., Sastryawanto, H., & Sari, K. (2021). Elastisitas Permintaan Cabai Merah (*Capsicum annuum L.*) di Kota Surabaya. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 21(1), 76-93. <https://doi.org/10.30742/jisa21120211343>
- Aulia, N.M.D., Muzdalifah & Yulianti, M. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar di Provinsi Kalimantan Selatan. Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Frontier Agribisnis*, 6(4), 241-248. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v6i4.7860>
- Dalimunthe, B., M., Azwan, A., & L. Panggabean, E. (2017). Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Cabai (*Capsicum annum L.*) Terhadap Pemberian Pupuk Organik Pada Berbagai Media Tanam. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.31289/agr.v1i1.1097>
- Djalal, N. (2005). Penggunaan Teknik Ekonometri. Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Eliyatiningssih, E., & Mayasari, F. (2019). Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember. *Jurnal Agrica*, 12(1), 7-16. <https://doi.org/10.31289/agrica.v12i1.2192>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Lusiana, E., Zamrodah, Y., Kurniastuti, T., Prayudi, A.L. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah. Fakultas Pertanian Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia. *Journal Grafting*, 12(2) 61-74. <https://doi.org/10.35457/grafiting.v12i2.2569>
- Notoatmodjo (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Pappas, James & Mark H, (1995). Ekonomi Managerial, Bina rupa Aksara. Jakarta.
- Prajnanta, F. (2007). Mengatasi Permasalahan Bertanam Cabai Hibrida Secara Intensif. Agromedia Pustaka. Jakarta
- Ramadhan, M. dan Adnan, 2021. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah. GPJER, 3(2), 114-121. [https://doi.org/10.55542/gpjер.v3i2.223](https://doi.org/10.55542/gpjer.v3i2.223)
- Septiadi, D., Sari, W.M.N. & Zainuddin, A, (2020). Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram. *Agrimor: Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 5(2), 36-39. <https://doi.org/10.32938/ag.v5i2.1013>
- Syahidin, S. & Jalil, M.A. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51-64. <https://doi.org/10.55542/gpjер.v3i2.163>
- Syahputra, E., Astuti K, R. & Indrawaty, A. (2017). Kajian Agronomis Tanaman Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) Pada Berbagai Jenis Bahan Kompos. Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 1(2), 92-101. <https://doi.org/10.31289/agr.v1i2.1127>
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabetia. Bandung.
- Walid, N.R., Setia, B. & Isyanto, A.Y. (2021). Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Produksi Padi di Desa Pamotan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Fakultas Pertanian, Universitas Galuh Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO*

- GALUH, 8(3). 648-657. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5419>
- Wijantara, A.G.I., Febila, M.A.D., Mawarni, D.K., Arisena, K.M.G. (2022). Kajian Risiko Usahatani Cabai Merah Besar. Program Studi Magister Agribisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia. *Jurnal Benchmark*, 3(1), 53-63. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.265>
- Yanti, W.S.M.N., Susrusu, B.K., & Listiadewi, A.I. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Cabai Rawit di Kota Denpasar Provinsi Bali. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 8(2), 165-174. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i02.p05>
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, S.R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah di Pasar Raya MMTC Medan. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1): 77-86. <https://doi.org/10.31289/jiperta.v2i1.71>