

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN CABAI MERAH KERITING DI PASAR KRANGGAN YOGYAKARTA**

***FACTORS INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR ON THE DEMAND OF CURLY RED  
CHILI IN THE KRANGGAN MARKET, YOGYAKARTA***

**<sup>1</sup>Untoro Hariadi<sup>1</sup>, Rini Anggraeni<sup>2</sup>, Bobby Prayoga<sup>3</sup>**

**<sup>1,2,3</sup>Fakultas Pertanian Universitas Janabadra**

**ABSTRACT**

*Yogyakarta's Kranggan Market is a traditional market with many vegetable traders selling large red chilies. The problem in the field is that many people consume large red chilies as the main ingredient in every dish. This research aims to determine consumer behavior regarding the demand for curly red chilies and the factors influencing the demand for curly red chilies at the Kranggan Market in Yogyakarta. The sampling method was carried out directly by interviewing 30 red chili consumers using a questionnaire. The data analysis method is a multiple linear equation model with the Ordinary Least Square (OLS) estimation method used in this research. The research results showed that the majority of respondents, namely 66%, agreed that red chili was the most sought-after spice when shopping. As many as 20% of consumers agreed that only one type/variety of red chili was purchased at traditional markets. Factors that influence consumer behavior in consuming red chilies are price and income. The results of the coefficient of determination test ( $R^2$ ) showed that 75.3% of the influence of the variables age, price, income, and number of family dependents on demand for curly red chilies could be explained by the independent variables used in the research.*

*Key-words: curly red chilies, consumer behavior, demand*

**INTISARI**

Pasar Kranggan Yogyakarta merupakan pasar tradisional dengan banyak pedagang sayuran yang menjual cabai merah besar. Permasalahan yang ditemukan di lapangan yaitu banyaknya kebiasaan masyarakat yang mengonsumsi cabai merah besar sebagai bahan utama disetiap masakan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan cabai merah keriting dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting di Pasar Kranggan Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dilakukan secara langsung dengan wawancara menggunakan kuisioner kepada 30 konsumen cabai merah. Metode analisis data model persamaan linear berganda dengan metode pendugaan *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 66% setuju cabai merah merupakan rempah yang paling dicari ketika berbelanja dan sebanyak 20% konsumen setuju cabai merah yang dibeli hanya satu jenis/varietas saja di pasar tradisional. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengonsumsi cabai merah adalah harga dan pendapatan. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh bahwa sebesar 75,3% pengaruh variabel umur, harga, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga terhadap permintaan cabai merah keriting dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci: cabai merah keriting, perilaku konsumen, permintaan

**PENDAHULUAN**

Cabai merah keriting (*Capsicum annuum*) merupakan salah satu dari komoditas

hortikultura yang memiliki nilai permintaan tinggi dan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap dunia perekonomian nasional

---

<sup>1</sup> Alamat penulis untuk korespondensi: Untoro Hariadi. Email: untoro.h@janabadra.ac.id

(Direktorat Jenderal Hortikultura, 2016). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan dibutuhkan sebagai tambahan bumbu masakan, dan merupakan sumber vitamin C (Dermawan, 2010). Kebutuhan akan cabai merah terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri makanan yang membutuhkan bahan baku cabai (Marliah, 2011).

Permintaan menerangkan tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta (Sumarsono, 2007). Salah satu jenis cabai yang memiliki permintaan tinggi adalah cabai merah keriting. Permintaan cabai merah keriting untuk kota besar yang berpenduduk satu juta atau lebih sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan (Badan Pusat Statistik, 2013). Jumlah ketersediaan dengan jumlah permintaan cabai merah keriting tidak selalu seimbang. Hal ini disebabkan karena tidak stabilnya jumlah cabai yang diproduksi atau jumlah permintaan konsumen yang berfluktuatif sehingga dapat memberikan dampak pada ketidakstabilan harga cabai dipasaran. Selain itu faktor ekonomi masyarakat dapat memengaruhi menurunnya daya konsumsi cabai merah keriting dipasar tak hanya faktor harga namun ternyata pendapatan dan jumlah tanggungan masyarakat bisa menjadi salah satu pemicu menurunnya daya konsumsi.

Harga cabai merah keriting sangat fluktuatif, hal ini tidak terlepas dari adanya pengaruh permintaan konsumen yang terjadi di pasar. Kenaikan harga dipicu oleh faktor cuaca yang tidak menentu melanda daerah pemasok cabai merah keriting seperti daerah Kabupaten Simalungun dan Karo sebagai pemasok terbesar cabai merah di Kota Pematangsiantar. Selain faktor cuaca kenaikan harga cabai merah keriting juga dipengaruhi oleh hari-hari besar keagamaan dan perayaan tahun baru. Sama halnya dengan harga, permintaan Cabai merah keriting juga tidak menentu. Permintaan

konsumen terhadap cabai keriting dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Untuk memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Berdasarkan uraian di atas maka perlu Hal ini menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian cabai merah besar di Pasar Kranggan Yogyakarta.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam proses mencari, menukar, menggunakan, menilai, dan mengatur sebuah produk pemuas kebutuhan mereka (Wibowo & Supriadi, 2013). Konsumsi adalah setiap kegiatan memakai, menggunakan, atau menikmati barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi merupakan proses pemenuhan yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tubuhnya. Dengan konsumsi seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga dapat bekerja dan beraktifitas dengan baik (Simamora, 2003).

Konsumsi adalah setiap kegiatan memakai, menggunakan, atau menikmati barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi merupakan proses pemenuhan yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tubuhnya. Dengan konsumsi seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga dapat bekerja dan beraktifitas dengan baik (Simamora, 2003).

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Kepercayaan konsumen terhadap ekonomi, psikologi konsumen dan perilaku beli konsumen ditentukan terutama oleh naik turunnya harga. Kenaikan pendapatan cenderung akan meningkatkan permintaan. Kurva permintaan menunjukkan kuantitas jumlah yang diminta lebih besar pada setiap harga, maka yang berubah adalah permintaan bukan jumlah barang yang diminta. Oleh sebab itu adanya kenaikan pendapatan akan

menggeser kurva permintaan ke kanan dan sebaliknya menurunnya pendapatan akan menggeser kurva permintaan ke kiri (Iswardoyo, 1994).

Jumlah tanggungan sangat memengaruhi keputusan konsumen saat pembelian. Jumlah tanggungan juga akan memengaruhi jumlah permintaan. Semakin banyak jumlah tanggungan, maka jumlah permintaan akan meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada dalam suatu keluarga (Simamora, 2008).

Permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga. Salah satu konsep permintaan dalam pasar yaitu permintaan konsumen. Permintaan konsumen (secara perseorangan) tidak akan mampu memengaruhi harga dan persediaan barang, akan tetapi jika bersama-sama akan membentuk sisi permintaan dalam pasar. Berdasarkan uraian yang telah disebutkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan cabai merah keriting dan fakto yang memengaruhi permintaan cabai merah kertiting di Pasar Kranggan Yogyakarta.

## METODE

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa wawancara. Data sekunder diperoleh melalui media berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Dari seluruh populasi penduduk Kota Yogyakarta jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang konsumen cabai merah keriting di Pasar Kranggan Yogyakarta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Z* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sign (2-tailed)* sebesar  $0,066 > 0,05$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2011). Regresi bebas dari masalah multikolinieritas jika nilai *Tolerance* lebih dari 10% (0,10) dan nilai VIF kurang dari 10,00. Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk ketiga variabel dibawah 10,00. Selain itu, nilai *Tolerance* ketiga variabel independen menunjukkan angka lebih besar dari 0,10. Berdasarkan pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi syarat multikolinieritas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini heteroskedastisitas menggunakan Model *Summary*. Nilai *Chi square* bisa dihitung dengan cara mengalikan *R Square* dengan jumlah data ( $n=30$ ). Hasil tabel menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,2738 sehingga didapat nilai *Chi Square* hitung sebesar 0,8778. Pada tabel *Chi Square* diperoleh nilai sebesar 43,7729. Hal ini menandakan bahwa *Chi Square hitung* < *Chi Square tabel*. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada metode regresi, sehingga model layak untuk digunakan.

### Hasil Uji F Pengaruh Variabel Secara Serempak

Hasil uji pengaruh variabel secara serempak dengan menggunakan uji F disajikan pada lampiran. Lampiran menunjukkan bahwa nilai signifikan F adalah sebesar 0,002. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel Umur (X1), Harga (X2), pendapatan (X3), Jumlah Tanggungan Keluarga (X4), secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel Permintaan cabai (Y).

### Hasil Uji t Variabel Secara Parsial

Variabel umur tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai merah. Hal ini karena selera konsumen dalam mengkonsumsi cabai merah tidak ditentukan dari seberapa umur konsumen tersebut seseorang akan tetap mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Melainkan dari tingkat kesukaan dalam mengkonsumsi cabai merah.

Variabel harga di daerah penelitian berpengaruh terhadap permintaan cabai merah. Ketika harga cabai merah naik maka kuantitas yang diminta akan berkurang dan sebaliknya jika harga turun maka kuantitas yang diminta akan bertambah. Sebagian besar responden menilai bahwa harga Cabai merah keriting di Pasar Kranggan masih terjangkau serta kebutuhan yang harus tetap dipenuhi sehingga harga cabai tentunya tetap akan dibeli meski harganya mahal.

Variabel pendapatan di daerah penelitian berpengaruh terhadap konsumsi cabai merah. Hal tersebut karena konsumen yang berpenghasilan tinggi apabila harga cabai merah naik konsumen tetap tidak akan mengurangi jumlah konsumsinya dan sebaliknya konsumen yang berpenghasilan rendah apabila harga cabai merah naik maka mereka akan mengurangi jumlah konsumsinya.

Variabel jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai merah. Hal tersebut karena di dalam satu keluarga, tiap anggota mempunyai selera yang berbeda-beda. Meskipun jumlah anggota di dalam satu keluarga tersebut banyak tetapi tidak menyukai cabai merah tentu permintaannya setiap bulan sedikit.

### Hasil Uji $R^2$

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan variabel dependen. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan 75,3% variasi pada variabel Permintaan cabai merah keriting mampu diterangkan oleh keempat variabel bebas (umur, harga, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga). Sisanya sebesar 24,7% diterangkan oleh variabel lain diluar model ini.

### KESIMPULAN

1. Pernyataan perilaku konsumen yang menyatakan sikap positif mayoritas pada pernyataan "*cabai merah merupakan rempah yang paling dicari ketika berbelanja.*"
2. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 75,3% yang berarti bahwa pengaruh variabel umur, harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga terhadap permintaan cabai merah keriting dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Hasil uji F (simultan) diperoleh bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji t (parsial) diperoleh bahwa variabel pendapatan dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan merah keriting, sedangkan variabel umur dan jumlah

tanggungan keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai merah keriting di Pasar Kranggan Yogyakarta

## SARAN

1. Selain melihat harga cabai merah yang murah, konsumen juga perlu memperhatikan bagaimana kualitas cabai merah yang ada di pasar.
2. Perlu dilakukan kajian yang mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap bahan rempah lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan (2010). Pengendalian ulat buah tomat (*Helicoverpa armigera* Hubn.) dengan insektisida organophosphate dan pirethroid buatan. *Bul. Penel. Hort.* 25(4):29-34.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2016. *Pedoman Uji Mutu Laboratorium*. Direktorat Perbenihan Hortikultura Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Badan Pusat Statistika. 2013. *Penduduk Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Hasil Sensus Penduduk 1961- 2010*. Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Iswardoyo. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Gunadarma. Jakarta
- Marliah, Ainun; Mariani Nasution, dan Armin. Pertumbuhan dan Hasil Beberapa Varietas Cabai Pada Berbagai Media Tanam. *J. Floratek* 6: 84 – 91, <https://jurnal.usk.ac.id/floratek/article/viewFile/502/422>
- Simamora, B. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumarsono. 2007. *Sosiolinguistik*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Wibowo, S. & Supriadi, D. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Setia. Bandung.