

**ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI, DAN PERMINTAAN
CABAI TINGKAT RUMAH TANGGA
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Sisilia Putri Pratiwi
2014131073



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

ANALYSIS OF PREFERENCE, CONSUMPTION PATTERNS AND HOUSEHOLD LEVEL CHILI DEMAND IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

Sisilia Putri Pratiwi

The purpose of this study was to analyze preferences, consumption patterns and factors that influence chili consumption at household level in Bandar Lampung City. The research method used was the survey method. Data collection was carried out in November – December 2023 with a total of 70 household respondents. Sampling was carried out in four sub-districts, namely Sukarame Village, Way Dadi Village, Pesawahan Village, and Gunung Mas Village. The data analysis used is conjoint analysis, descriptive analysis, OLS and SUR analysis. The research results show that household preferences in Bandar Lampung City for red chilies are fresh, spicy, low price (<Rp65.000), curly red chili types, and bright red color. Green chilies are spicy, low price (<Rp20.000), fresh, bright green, and curly green chilies, while cayenne peppers are low price (<Rp60.000), fresh, spicy, green, and types green cayenne pepper. Households consume chilies in the form of chili sauce or mixed dishes with an average consumption of 1,1 kg/month for red chilies, 0,319 kg/month for green chilies and 1,057 kg/month for cayenne peppers. Households also consume curly red and green chilies and green cayenne peppers. The average monthly purchase of red chilies is 6 times, green chilies are 1 time, and cayenne peppers are 7 times the most frequently purchased in traditional markets. The average household consumption of red chilies is 2 times a day, cayenne pepper 3 times a day, and green chilies only 2 times a month. The factors such as the price of red chilies, the price of green chilies, the price of cayenne peppers, the price of tomatoes, household income and the number of household members are the determining factors for household demand for chilies in Bandar Lampung City.

Key words : chili demand, consumption patterns, preference

ABSTRAK

ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI, DAN PERMINTAAN CABAI TINGKAT RUMAH TANGGA DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Sisilia Putri Pratiwi

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis preferensi, pola konsumsi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan yakni metode survei. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November – Desember 2023 dengan jumlah responden rumah tangga sebanyak 70 orang. Pengambilan sampel dilakukan di empat kelurahan yakni Kelurahan Sukarame, Kelurahan Way dadi, Kelurahan Pesawahan, dan Kelurahan Gunung mas. Analisis data yang digunakan adalah analisis konjoin, analisis deskriptif, analisis OLS serta SUR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi rumah tangga di Kota Bandar Lampung terhadap cabai merah yakni segar, pedas, harga rendah (<Rp65.000), jenis cabai merah keriting, dan warna merah terang. Pada cabai hijau yakni pedas, harga rendah (<Rp20.000), segar, warna hijau terang, dan jenis cabai hijau keriting, sedangkan pada cabai rawit yaitu harga rendah (<Rp60.000), segar, pedas, warna hijau, dan jenis cabai rawit hijau. Rumah tangga mengonsumsi cabai dalam bentuk sambal ataupun campuran masakan dengan rata-rata konsumsi 1,1 kg/bulan untuk cabai merah, untuk cabai hijau 0,319 kg/bulan dan 1,057/b kg/bulan untuk cabai rawit. Rumah tangga juga mengonsumsi jenis cabai merah dan hijau keriting serta jenis cabai rawit hijau. Rata-rata pembelian per bulan untuk cabai merah sebanyak 6 kali, cabai hijau sebanyak 1 kali, dan cabai rawit sebanyak 7 kali yang paling banyak dibeli di pasar tradisional. Rata-rata konsumsi rumah tangga terhadap cabai merah sebanyak 2 kali sehari, cabai rawit 3 kali sehari, dan cabai hijau hanya 2 kali dalam sebulan. Faktor harga cabai merah, harga cabai hijau, harga cabai rawit, harga tomat, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga menjadi faktor penentu permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

Kata kunci : permintaan cabai, pola konsumsi, dan preferensi

**ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI, DAN PERMINTAAN
CABAI TINGKAT RUMAH TANGGA DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

SISILIA PUTRI PRATIWI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

Judul : **ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI,
DAN PERMINTAAN CABAI TINGKAT
RUMAH TANGGA DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Sisilia Putri Pratiwi**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2014131073

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 196302031989022001

Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.
NIP 196408251990032002

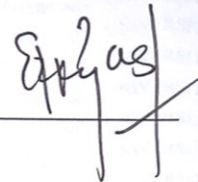
2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji


Ketua : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.



Sekretaris : Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.



Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 10 Oktober 2024

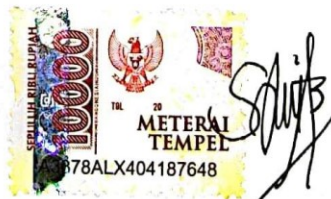
SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisilia Putri Pratiwi
NPM : 2014131073
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Dusun 1 Pekalongan, RT/RW: 004/001, Desa Pekalongan,
Kecamatan Pakalongan, Kabupaten Lampung Timur

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 10 Oktober 2024
Pembuat Pernyataan



Sisilia Putri Pratiwi
NPM 2014131073

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Pekalongan pada tanggal 25 September 2001 sebagai anak keempat dari empat bersaudara, pasangan Bapak Chili Makodam dan Ibu Partini. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) diselesaikan di TK Aisyiyah Pekalongan pada tahun 2008, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Pekalongan pada tahun 2014, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Metro pada tahun 2017, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Metro pada tahun 2020. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) pada tahun 2021 di Desa Pekalongan, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Pada bulan September hingga November 2022 penulis melaksanakan Praktik Umum di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Pekon Gunung Terang, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2023. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi (PIE) pada semester ganjil 2023/2024. Semasa kuliah, penulis juga aktif sebagai anggota bidang 1 yaitu Bidang Akademik dan Profesi di Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode tahun 2020-2023.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat, hidayah, nikmat, dan karunia-Nya dan memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung**”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya kelak di Yaumul-Akhir. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari arahan, bantuan, dukungan, semangat, nasihat, saran, dan bimbingan dari pihak lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan kerendahan dan ketulusan hati kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian untuk ketulusan hati, bimbingan, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
3. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwati, M.P. sebagai Dosen Pembimbing Pertama sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis dengan ikhlas, sabar, memberi nasihat, motivasi, saran, ilmu yang bermanfaat, dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing penulis dengan ikhlas, sabar, memberi nasihat, motivasi, saran, ilmu yang bermanfaat, dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S. sebagai Dosen Pembahas atau Penguji atas ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Universitas Lampung atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
7. Seluruh staff di Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, Bu In, Mba Lucky, Mas Boim, dan Pak Bukhori atas semua bantuan yang telah diberikan.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kasih kepada cinta pertama saya, Ayahanda Chili Makodam dan pintu surga saya Ibunda Partini. Terima kasih atas pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Terima kasih telah memberikan kasih sayang yang begitu besar, selalu mendukung, mengupayakan, menyemangati, mendoakan, menasihati, dan memberikan perhatian, serta memberikan kehidupan yang baik dan penuh cinta kasih sedari kecil sehingga saya mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teristimewa saya ucapkan untuk kakak saya yaitu Resnaning Hayu Pratiwi, Novia Risti Pratiwi, dan Triandani Dona Pratiwi, kakak ipar saya yakni Irwanto, Radiansyah, dan Nurhasan Yusuf, serta keponakan tersayang yaitu Muhammad Akbar Faeyza, Almahyra Kiarra Khoirunnisa, Muhammad Rafqi Attharazka, Hadzika Azkia Radiansyah, dan Nadlyne Zhafira Yusuf yang senantiasa memberikan keceriaan, dukungan, perhatian, doa, dan kehangatan sebagai saudara dan keluarga yang tiada habisnya sehingga saya terus semangat menjalani kehidupan ini.
10. Terima kasih kepada pihak masyarakat di Kelurahan Sukarame, Kelurahan Way Dadi, Kelurahan Pesawahan, dan Kelurahan Gunung Mas atas izin dan arahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih saya ucapkan kepada Mas pemilik notar 2001424 yang selalu menemani, memotivasi, membantu, mendoakan, dan menjadi tempat berkeluh kesah selama ini. Seseorang yang berkontribusi besar dalam perjalanan penulisan skripsi, baik tenaga, waktu, maupun materi. Seseorang yang selalu bertutur kata yang baik dan sabar dalam menghadapi saya. Terima kasih telah menjadi bagian panjang dari perjalanan hidup saya hingga saat ini.

12. Terima kasih kepada sahabat “SYWA” yakni Astri Nur Azizah Utama, Wulan Ambar Asrofi, dan Safitri Nurul Hidayah yang telah kebersamai sejak masih duduk di bangku Taman Kanak-kanak hingga saat ini dengan suka dan duka, kebahagiaan, dan kehangatan, sebagai keluarga tanpa ikatan sedarah.
13. Terima kasih kepada sahabat “Taper Turlap” yakni Lulu Sahar Mabrukah, Fadel Fathi Suhada, dan Muhammad Rafiq yang telah menemani dari masa sulit perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih karena telah membuktikan bahwa pertemanan di bangku perkuliahan tidak menyenamkan itu.
14. Terima kasih kepada sahabat “Cagor” yakni Ajeng, Ulfa, Nindi, Fadel dan Bagus atas segala dukungan, motivasi, dan keceriaan yang telah diberikan.
15. Terima kasih kepada sahabat “KKN Gunter” yakni Siska, Oca, Rainhard, Putra, Arum, dan Audi atas segala dukungan, keceriaan, dan kekompakannya selama masa KKN dan tidak terputus hingga saat ini.
16. Terima kasih kepada sahabat “SDA” yakni Olip, Yuyun, Shafa, Titah, Aina, Diva, Musal, Nais, Eru, Kika, Halimah, dan Fadhilah yang meskipun hampir tidak pernah bertemu, tetapi masih mengabari sesekali.
17. Teman-teman Agribisnis A, seluruh angkatan 2020, Atu dan Kiyay Agribisnis 2017, 2018, 2019 dan adik-adik Agribisnis 2021, 2022, dan 2023 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas kebersamaannya dari sejak awal kuliah.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, Oktober 2024
Penulis,

Sisilia Putri Pratiwi

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
A. Tinjauan Pustaka	13
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	39
D. Hipotesis	40
III. METODE PENELITIAN	41
A. Metode Dasar Penelitian	41
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	41
C. Lokasi, Sampel dan Waktu Penelitian	46
D. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data	49
E. Metode Analisis Data	50

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	65
B. Gambaran Umum Kelurahan Sukarame.....	69
C. Gambaran Umum Kelurahan Way Dadi.....	72
D. Gambaran Umum Kelurahan Pesawahan.....	74
E. Gambaran Umum Kelurahan Gunung Mas.....	76
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Karakteristik Konsumen Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung.....	79
B. Preferensi Konsumen Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung.....	84
C. Pola Konsumsi Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung.....	100
D. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung	115
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	140
A. Kesimpulan.....	140
B. Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	153

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Provinsi penghasil cabai terbesar di Indonesia tahun 2021	2
2. Rata-rata konsumsi per kapita seminggu komoditas cabai di Provinsi Lampung tahun 2018-2022	3
3. Pengeluaran rumah tangga per bulan untuk makanan di Provinsi Lampung (dalam rupiah) tahun 2018-2020.....	5
4. Penelitian terdahulu.....	34
5. Batasan operasional variabel yang berhubungan dengan preferensi, pola konsumsi, dan permintaan cabai	43
6. Atribut dan level atribut cabai merah, hijau dan rawit.....	51
7. Hasil prosedur orthogonal cabai merah, hijau, dan rawit.....	52
8. Skala likert	53
9. Hasil uji validitas dan reliabilitas.....	56
10. Aspek-aspek pola konsumsi cabai di Kota Bandar Lampung,.....	58
11. Jumlah penduduk berdasarkan kecamatan di Kota Bandar Lampung	69
12. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok jenis kelamin di Kelurahan Sukarame.....	71
13. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok jenis kelamin di Kelurahan Way Dadi.....	73
14. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok jenis kelamin di Kelurahan Pesawahan.....	75
15. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok jenis kelamin di Kelurahan Gunung Mas.....	77
16. Distribusi kelompok usia konsumen cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	79
17. Tingkat pendidikan terakhir konsumen cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	80

18. Jenis pekerjaan atau profesi konsumen cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	81
19. Jumlah anggota rumah tangga konsumen cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	82
20. Besarnya pendapatan konsumen cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung.....	83
21. Suku ibu rumah tangga sebagai konsumen cabai di Kota Bandar Lampung..	84
22. Nilai kegunaan (<i>utility value</i>) pada setiap level atribut cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	85
23. Nilai kepentingan (<i>importance value</i>) atribut cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	91
24. Total nilai kegunaan untuk kombinasi atribut cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	98
25. Nilai korelasi yang terjadi pada atribut preferensi cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	100
26. Rata-rata konsumsi per bulan bahan pangan pengganti dan pelengkap cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	102
27. Sebaran rumah tangga berdasarkan tujuan mengonsumsi cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	103
28. Sebaran rumah tangga berdasarkan jumlah konsumsi cabai per bulan di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	105
29. Sebaran rumah tangga berdasarkan jenis cabai yang dikonsumsi di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	109
30. Sebaran rumah tangga berdasarkan frekuensi pembelian cabai per bulan di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	110
31. Sebaran rumah tangga berdasarkan frekuensi konsumsi cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	112
32. Sebaran rumah tangga berdasarkan tempat pembelian cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	114
33. Hasil uji multikolinearitas faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	118
34. Hasil uji heteroskedastisitas faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	119
35. Hasil uji OLS faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	120
36. Hasil uji silang error antara persamaan cabai rawit (resid Y3) terhadap variabel dependen cabai hijau (Y2).	122

37. Hasil analisis SUR faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	123
38. Komposisi pembelian jika harga cabai naik.....	126
37. Karakteristik rumah tangga yang mengonsumsi cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	154
38. Penilaian uji validitas dan reliabilitas cabai merah	158
39. Penilaian uji validitas dan reliabilitas cabai hijau	159
40. Penilaian uji validitas dan reliabilitas cabai rawit.....	160
41. Skor penilaian preferensi cabai merah tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	164
42. Skor penilaian preferensi cabai hijau tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	166
43. Skor penilaian preferensi cabai rawit tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	168
44. Pola konsumsi dan harga cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	170
45. Pola konsumsi cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024.....	184
46. Konsumsi bahan pangan pelengkap cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	192
47. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, tahun 2024	196

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva indeferen & kurva engel.....	27
2. Kurva Konsumsi Harga (PCC).....	28
3. Kerangka pemikiran analisis preferensi, pola konsumsi, & permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung tahun 2024.....	40
5. Uji normalitas cabai merah	116
6. Uji normalitas cabai hijau	116
7. Uji normalitas cabai rawit	116
8. Kegiatan wawancara bersama responden.....	212

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Hasil uji validitas dan reliabilitas	161
2. Hasil analisis konjoin menggunakan SPSS 25	200
3. Hasil uji normalitas dan asumsi klasik menggunakan Eviews 12	202
4. Hasil analisis regresi linier berganda menggunakan Eviews 12	207
5. Hasil uji silang error persamaan cabai hijau terhadap variabel dependen cabai rawit	210
6. Hasil analisis dengan menggunakan metode Seemingly Unrelated Regression (SUR)	210
7. Dokumentasi penelitian	212

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan sektor pertanian luas dan mampu meningkatkan jumlah devisa negara melalui kegiatan pertanian. Sektor ini sangat berperan penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi basis serta landasan perekonomian negara. Menurut Badan Pusat Statistik (2020), per Agustus 2020 terdapat sekitar 128,45 juta orang yang memiliki pekerjaan dengan jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor pertanian sebanyak 38,23 juta orang atau sekitar 29,76 persen. Hal ini membuktikan bahwa sektor pertanian memiliki esensi yang cukup besar bagi negara Indonesia. Salah satu subsektor dalam sektor pertanian yang menunjang dan memiliki andil cukup besar terhadap perekonomian adalah subsektor hortikultura.

Subsektor hortikultura menjadi salah satu penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 1,55 persen di Indonesia pada tahun 2021 (BPS, 2022). Kondisi tersebut mampu mendorong subsektor ini untuk terus meningkatkan hasil produksi pertanian yang sedang dikembangkan. Selain itu, hortikultura juga berfungsi sebagai penyedia pangan dan kebutuhan lainnya, serta menambah kemajuan dari sosial, budaya, dan kesehatan masyarakat (Fetra, Erfit, & Zamzami 2014). Namun dalam penerapannya, subsektor ini memiliki kekurangan karena sangat bergantung pada kondisi lingkungan. Kondisi ini membawa dampak terjadinya penurunan kualitas produk dan menyebabkan harga-harga di pasar mengalami penurunan. Subsektor ini juga

cenderung memiliki sifat mudah rusak, memerlukan lahan yang luas dalam pembudidayaannya, dan mudah busuk. Oleh karena hal tersebut, perlu dilakukan penyimpanan atau pengolahan produk pertanian agar dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu panjang dan nilai jualnya lebih tinggi (Iriani, 2020). Salah satu komoditas yang sering mengalami permasalahan tersebut adalah komoditas cabai.

Cabai merupakan salah satu bahan pangan di Indonesia yang sering dikonsumsi oleh masyarakat karena berguna sebagai pelengkap bahan masakan di dapur. Komoditas ini masuk ke dalam jenis sayuran yang tingkat permintaannya selalu tinggi seiring dengan pertambahan jumlah penduduk di Indonesia. Besarnya kebutuhan akan komoditas cabai menunjukkan bahwa tingkat produksi juga semakin meningkat. Berdasarkan jenisnya, cabai dibagi menjadi tiga yakni cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit. Cabai merah dan cabai hijau memiliki bentuk cabai besar dan cabai keriting. Tingginya produksi cabai di Indonesia dapat dilihat dari data Tabel 1.

Tabel 1. Provinsi penghasil cabai terbesar di Indonesia tahun 2021

Provinsi	Produksi (ton)	Share (%)
1. Jawa Timur	706.312	25,71
2. Jawa Barat	480.523	17,49
3. Jawa Tengah	348.569	12,69
4. Sumatera Utara	288.883	10,52
5. Sumatera Barat	150.884	5,49
6. Aceh	110.068	4,01
7. Nusa Tenggara Barat	78.678	2,86
8. Jambi	71.381	2,60
9. Bengkulu	65.056	2,37
10. D.I. Yogyakarta	54.311	1,98
11. Lampung	45.471	1,66
12. Provinsi lain	346.936	12,63
Jumlah	2.747.072	100

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa produsen cabai terbesar berada di Provinsi Jawa Timur dengan *share* produksi sebesar 25,71 persen.

Besarnya *share* tersebut menunjukkan bahwa produksi cabai yang dihasilkan oleh Jawa Timur merupakan yang tertinggi dalam memenuhi kebutuhan cabai dalam negeri. Selanjutnya, diikuti oleh Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan nilai *share* berturut-turut adalah 17,49 persen dan 12,69 persen. Data produksi cabai ini diperoleh dari keseluruhan jumlah produksi cabai besar, cabai keriting, dan cabai rawit. Jika dilihat dari akumulasi data, Lampung menduduki posisi ke 7 sebagai produsen cabai besar dan posisi ke 9 sebagai produsen cabai keriting dengan produksi berturut-turut yakni sebesar 13.018 ton dan 21.532 ton. Dengan posisi tersebut, Lampung berhasil masuk ke dalam sebelas besar produsen cabai di Indonesia dengan nilai *share* sebesar 1,66 persen.

Besarnya produksi cabai di Lampung menyebabkan persediaan komoditas ini juga ikut meningkat di pasar. Khususnya saat terjadi panen raya, maka jumlah pasokan cabai di pasar akan cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, produksi ini juga diimbangi dengan konsumsi masyarakat Lampung yang terbilang tinggi. Tingginya konsumsi rata-rata per kapita seminggu cabai di Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata konsumsi per kapita seminggu komoditas cabai di Provinsi Lampung tahun 2018-2022

Tahun	Jenis Cabai (ons/kapita/minggu)			Jumlah (ons)	Perkembangan
	Cabai Merah	Cabai Hijau	Cabai Rawit		
2018	0,533	0,115	0,862	1,510	-
2019	0,620	0,106	0,857	1,583	4,83
2020	0,480	0,105	0,852	1,437	-9,22
2021	0,564	0,108	0,987	1,659	15,45
2022	0,550	0,101	0,909	1,560	-5,97
Rerata Perkembangan					1,27

Sumber : Badan Pusat Statistika, 2023

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa konsumsi rata-rata per kapita seminggu komoditas cabai di Provinsi Lampung mengalami fluktuasi. Antara tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 4,83 persen. Namun, pada

tahun 2020 konsumsi cabai mengalami penurunan hingga 9,22 persen dari tahun sebelumnya, dimana hal ini menyebabkan sektor perdagangan cabai mengalami depresiasi. Terjadinya hal ini disebabkan oleh wabah pandemi Covid-19 yang menyerang seluruh dunia termasuk negara Indonesia. Wabah tersebut menyebabkan diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar yang membuat hampir seluruh sektor mengalami kemerosotan. Meskipun demikian, tahun 2021 Lampung mulai memperbaiki aktivitas perekonomiannya dengan menjaga stabilitas ketahanan pangan, sehingga jumlah rata-rata konsumsi per kapita seminggu masyarakat ikut meningkat sebesar 15,45 persen. Peningkatan tersebut tidak bertahan lama karena pada tahun 2022, Lampung kembali mengalami penurunan konsumsi sebesar 5,97 persen. Hal ini terjadi karena komoditas cabai merupakan komoditas yang tidak memiliki kestabilan harga sehingga hal ini berpengaruh terhadap rumah tangga dalam mengambil keputusan untuk membeli cabai karena sering terjadi fluktuasi harga.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), wilayah Lampung merupakan provinsi terdampak inflasi terbesar pada bulan Juli 2022 yang disebabkan oleh tingginya harga cabai merah. Permasalahan tersebut disebabkan oleh ketidakseimbangan kondisi cuaca, dimana seharusnya belum terjadi musim hujan yang menyebabkan kegagalan panen petani, sehingga pasokan cabai tidak terpenuhi dan menyebabkan peningkatan harga komoditas cabai. Oleh karena hal tersebut, rumah tangga di provinsi ini mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan cabai. Menurut data BPS (2022), dari ketiga jenis cabai, cabai merah dan cabai rawit merupakan jenis cabai yang menunjukkan fluktuasi dengan kecenderungan meningkat, sedangkan cabai hijau tidak mengalami hal tersebut karena tingkat permintaan dan harga jual di pasaran cenderung stabil.

Merujuk dari pernyataan sebelumnya, selain sering mengalami fluktuasi harga, cabai juga termasuk bahan yang mudah rusak dan busuk akibat perubahan iklim yang terjadi. Adanya keadaan tersebut, menyebabkan para

produsen membuat inovasi beberapa produk olahan seperti cabai kering dan saus sambal, namun produk ini tidak bisa memberikan rasa yang sama seperti yang diberikan cabai. Peran cabai dalam memenuhi kebutuhan sulit untuk disubstitusikan dengan komoditas lain. Hal ini karena cabai mampu memberikan rasa pedas yang sesuai untuk masakan. Ketergantungan dengan cabai dapat dilihat di hampir seluruh rumah tangga yang memanfaatkan komoditas ini. Salah satunya yakni rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

Kota Bandar Lampung memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.209.937 jiwa. Kota ini merupakan ibukota Provinsi Lampung sehingga dijadikan sebagai pusat dari segala pemerintahan baik di bidang sosial, ekonomi, politik, maupun kebudayaan. Banyaknya jumlah penduduk tersebut, tentu berpengaruh terhadap pengeluaran masyarakat untuk membeli bahan pangan yang dikonsumsi. Menurut BPS (2020), pengeluaran rumah tangga per bulan setiap tahunnya dari tahun 2018-2020 di Bandar Lampung menempati posisi pertama dari 15 kabupaten di wilayah Provinsi Lampung. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Pengeluaran rumah tangga per bulan untuk makanan di Provinsi Lampung (dalam rupiah) tahun 2018-2020

Wilayah	Tahun			Perkembangan (%)
	2018	2019	2020	
Lampung Barat	3.535.062	3.441.403	3.390.470	-2,1
Tanggamus	3.159.372	3.067.235	3.113.741	-0,7
Lampung Selatan	3.436.405	3.581.061	3.417.848	-0,2
Lampung Timur	3.056.414	2.927.364	3.355.363	5,2
Lampung Tengah	2.938.454	3.131.250	3.263.152	5,4
Lampung Utara	2.722.652	2.991.645	3.264.367	9,5
Way Kanan	3.159.227	3.047.399	3.325.344	2,8
Tulang Bawang	3.705.437	3.255.429	3.174.305	-7,3
Pesawaran	3.002.569	3.152.416	3.234.738	3,8
Pringsewu	3.062.428	3.230.998	3.424.219	5,7
Mesuji	3.344.569	3.223.330	3.066.597	-4,2
Tulang Bawang Barat	2.661.692	2.679.871	2.781.380	2,2
Pesisir Barat	3.495.664	3.530.182	3.833.253	4,8
Kota Bandar Lampung	5.834.066	5.552.205	6.050.049	2,1
Kota Metro	5.000.981	5.303.334	5.720.100	7,0
Provinsi Lampung	3.470.592	3.479.812	3.647.532	2,5

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Merujuk dari Tabel 3, diketahui bahwa selama tiga tahun berturut-turut terhitung dari tahun 2018-2020, Bandar Lampung menjadi wilayah dengan pengeluaran rata-rata masyarakat per bulan untuk makanan terbesar di Provinsi Lampung. Jika dilihat dari Tabel 3 tersebut, pengeluaran rata-rata Kota Bandar Lampung lebih besar dibandingkan dengan pengeluaran rata-rata Provinsi Lampung, misalnya pada tahun 2020 Bandar Lampung memiliki pengeluaran rata-rata konsumsi sebesar Rp6.050.049, sedangkan Provinsi Lampung hanya sebesar Rp3.647.532. Perkembangan kota ini juga menunjukkan angka positif sebesar 2,1 persen. Besarnya tingkat pengeluaran ini disebabkan oleh banyaknya keberagaman pemasukan yang dimiliki oleh masyarakat Kota Bandar Lampung. Selain itu juga, masyarakat wilayah kota biasanya memiliki gaya hidup yang terbilang tinggi sehingga menuntutnya untuk menghabiskan pendapatan lebih besar. Salah satu contohnya yakni pengeluaran masyarakat yang dialokasikan untuk membeli bahan-bahan masakan seperti cabai, hal ini karena cabai sudah menjadi bumbu utama dalam membuat masakan di dapur.

Permintaan kebutuhan terhadap cabai terus mengalami peningkatan sehingga berpengaruh terhadap produksi para petani yang semakin tinggi. Tingginya permintaan tersebut disebabkan oleh bertambahnya jumlah penduduk yang mengakibatkan konsumsi masyarakat terus meningkat terutama terhadap cabai. Cabai menjadi hal penting karena komoditas ini masuk ke dalam sembilan bahan pangan pokok di Indonesia. Selain dikonsumsi langsung oleh rumah tangga, cabai juga banyak dimanfaatkan oleh para pelaku agroindustri, di mana hampir 50 persen cabai digunakan untuk bahan baku olahan sehingga hal ini menambah jumlah permintaan cabai di pasaran (Rasidin, Nuddin, & Irmayani 2022).

Dalam melakukan pembelian terhadap cabai, konsumen rumah tangga tentu dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang berpengaruh seperti kesukaan (preferensi), pendapatan yang dimiliki, pengetahuan, banyaknya jumlah anggota keluarga, dan motivasi dalam

membeli cabai, sedangkan faktor eksternal seperti harga cabai, kemudahan memperoleh, ketersediaannya di pasaran, dan harga barang substitusi lainnya. Hampir setiap rumah tangga memiliki preferensi/kesukaan yang berbeda antara yang satu dengan yang lain, tidak terkecuali konsumen yang membeli cabai untuk dikonsumsi. Preferensi ini menunjukkan seberapa tingkat kesukaan konsumen terhadap berbagai pilihan produk yang didasari oleh atribut-atribut yang paling ia sukai, misalnya seorang ibu membeli cabai dengan warna merah cerah, ini menunjukkan bahwa cabai tersebut masih dalam kondisi segar. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Prasetya dan Partini (2019) yang mengatakan bahwa, preferensi rumah tangga dalam membeli cabai yakni yang memiliki warna merah cerah, permukaan kulit mengkilap, dan tingkat kepedasan sangat pedas. Oleh karena hal tersebut, maka produsen harus mengetahui hal-hal yang menjadi kesukaan konsumen sehingga dapat menyediakan cabai yang berkualitas dan dapat berdaya saing di pasaran.

Adanya preferensi terhadap suatu produk akan menentukan pola konsumsi rumah tangga. Pola ini merupakan bentuk urutan terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan untuk dikonsumsi sesuai dengan hal yang menjadi prioritasnya. Dalam penelitian ini, pola konsumsi akan didasarkan terhadap jenis cabai yang dikonsumsi, jumlah dan frekuensi pembelian, tujuan tempat pembelian, serta hal lainnya yang menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Pola konsumsi juga dapat memengaruhi faktor-faktor permintaan rumah tangga terhadap pembelian cabai di pasaran. Misalnya faktor permintaan karena jumlah anggota keluarga yang banyak sehingga membuat pola konsumsi cabai semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Sanjaya, Hastuti, dan Awami (2017), yang mengatakan bahwa variabel-variabel seperti usia, harga cabai, pendapatan, tingkat kesukaan, dan jumlah anggota keluarga secara simultan berpengaruh nyata terhadap tingkat permintaan cabai rawit di Kabupaten Semarang. Oleh karena hal tersebut, hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai preferensi, pola konsumsi dan faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah

tangga di Kota Bandar Lampung agar diperoleh tingkat kepuasan rumah tangga dalam membeli komoditas tersebut sehingga upaya pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan bagi petani dan masyarakat dapat terwujud.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka masalah yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah:

1. Beragamnya preferensi konsumen belum diimbangi dengan kriteria cabai yang sesuai sehingga perlu dikaji bagaimana preferensi rumah tangga terhadap cabai

Cabai menjadi salah satu komoditas dengan tingkat konsumsi cenderung meningkat mengikuti arah perkembangan jumlah penduduk di Indonesia. Perkembangan cabai ini disebabkan oleh kegemaran rumah tangga dalam mengonsumsi makanan pedas sehingga membuat komoditas ini banyak digunakan untuk masakan. Salah satu wilayah yang menunjukkan tingkat konsumsi cabai tergolong cukup tinggi adalah Kota Bandar Lampung. Merujuk pada Tabel 2. dapat diketahui bahwa selama tahun 2018-2022 rata-rata perkembangan konsumsi per kapita seminggu komoditas cabai di Kota Bandar Lampung sebesar 1,27 persen, artinya kebutuhan tersebut cukup banyak sehingga perlu adanya ketersediaan cabai di pasar yang sesuai dengan keinginan rumah tangga. Keinginan itu tentunya berbeda antara yang satu dengan yang lain sehingga mendorong preferensi rumah tangga terhadap jenis cabai yang diinginkan. Preferensi ini merupakan pilihan kesukaan seseorang terhadap barang/jasa yang digunakan (Fauza, Zakiah, & Kasimin, 2018). Kondisi ini mendorong rumah tangga di Kota Bandar Lampung untuk mencari cabai yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan. Menurut hasil pra-survei, terdapat tiga jenis cabai yang sering dikonsumsi oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung yakni jenis cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit. Ketiganya memiliki fungsi yang berbeda-beda sehingga tidak bisa digantikan antara yang satu

dengan lainnya, misalnya seperti saat ibu rumah tangga ingin membuat sambal maka tidak bisa jika hanya menggunakan cabai hijau saja, hal ini karena jenis cabai hijau kurang memberikan cita rasa pedas. Adanya hal tersebut membuat rumah tangga di kota ini memiliki pilihan terkait dengan atribut yang dimiliki cabai. Dalam penelitian ini, atribut cabai yang akan diteliti di Kota Bandar Lampung yakni warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran. Hal ini sejalan dengan penelitian Fauza dkk (2018) yang mengatakan bahwa, preferensi terhadap cabai merah didasarkan atas jenis, harga, daya tahan, tingkat kesegaran, dan rasa, sehingga hal ini menuntut petani untuk memproduksi cabai sesuai dengan preferensi rumah tangga di kota ini agar dapat meningkatkan penjualan di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan beragamnya preferensi rumah tangga dalam memilih cabai, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut kombinasi atribut seperti apa yang paling disukai dari ketiga jenis cabai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

2. Adanya perbedaan tingkah laku rumah tangga dalam mengonsumsi cabai sehingga perlu dianalisis bagaimana pola konsumsinya sehari-hari

Dalam hubungannya, preferensi terhadap cabai saling berkaitan dengan pola konsumsi, hal ini karena preferensi digambarkan dari bagaimana pola konsumsinya terhadap cabai. Pola konsumsi rumah tangga merupakan suatu kebiasaan seseorang dalam memenuhi kebutuhan baik barang ataupun jasa yang dilakukan secara terus menerus hingga membentuk suatu pola (Mufidah, Hidayat, & Hidayat, 2019). Namun, pada dasarnya kebiasaan ini tentu tidak sama antara masyarakat yang satu dengan lainnya. Salah satu contohnya yakni rumah tangga di Kota Bandar Lampung yang memiliki perbedaan dalam membeli barang kebutuhannya, misalnya seseorang di kota ini yang memiliki kesibukan akan lebih memilih tempat yang mudah dijangkau walaupun harganya lebih mahal sedangkan sebaliknya, seseorang yang memiliki banyak

waktu akan cenderung membeli cabai di tempat yang harganya lebih murah. Dengan kata lain, rumah tangga di Bandar Lampung yang memiliki tingkat pendapatan lebih tinggi akan berpengaruh terhadap pola pembeliannya, karena mereka akan cenderung membeli cabai di tempat-tempat seperti minimarket, supermarket, dan sebagainya, sedangkan rumah tangga dengan tingkat pendapatan lebih rendah biasanya akan membeli cabai di pasar tradisional yang ada di Bandar Lampung. Hal lainnya seperti kondisi pekerjaan juga memengaruhi frekuensi pembelian cabai, hal ini karena jika ibu rumah tangga bekerja maka biasanya mereka hanya berbelanja sesekali dalam seminggu, sedangkan ibu rumah tangga di rumah biasanya memiliki waktu luang untuk belanja harian membeli cabai di warung. Selain itu, terdapat juga perbedaan jenis cabai yang dikonsumsi dan banyaknya cabai yang dikonsumsi. Oleh karena hal tersebut, jika pola konsumsi rumah tangga terhadap suatu barang/jasa tinggi, maka preferensi/kesukaan orang tersebut juga tinggi. Dalam penelitian ini, pola konsumsi cabai di Kota Bandar Lampung akan didasarkan pada jenis cabai yang dikonsumsi, jumlah konsumsi cabai, frekuensi pembelian cabai, frekuensi konsumsi cabai, kebiasaan memilih lokasi pembelian cabai, dan tujuan mengonsumsi. Hal ini didasarkan penelitian Pramana, Khoiriyah, dan Sudjoni (2021) yang mengatakan bahwa pola konsumsi rumah tangga terhadap buah dan sayur di Kelurahan Tunggulwulung Kecamatan Lowokwaru Kota Malang meliputi variabel frekuensi pembelian, jenis yang dibeli, tempat pembelian, dan jumlah konsumsi. Oleh karena hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pola konsumsi cabai yang dilakukan oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung

3. Belum diketahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung

Pola konsumsi cabai tentu memengaruhi permintaan cabai di pasar. Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada tingkat harga dan waktu tertentu yang ada di pasar.

Beberapa faktor yang memengaruhi permintaan konsumen seperti harga komoditas itu sendiri, harga barang lain, tingkat pendapatan, selera, dan jumlah populasi penduduk (Nainggolan & Sihotang, 2021). Dalam penerapannya, cabai menjadi salah satu barang yang selalu dibutuhkan oleh rumah tangga sebagai pelengkap bumbu masakan. Harganya yang naik turun di pasaran dapat memengaruhi permintaan cabai. Meskipun begitu, biasanya rumah tangga akan tetap membeli komoditas cabai ditengah harganya yang melambung tinggi. Selain harga, terdapat faktor lain seperti faktor selera dimana rumah tangga memiliki kebiasaan mengonsumsi makanan dengan cita rasa pedas, sehingga hal ini memungkinkan rumah tangga untuk tetap membeli cabai. Salah satu contohnya yakni rumah tangga di Kota Bandar Lampung yang mengonsumsi cabai setiap hari karena adanya kesukaan terhadap makanan pedas. Selain itu, biasanya suku yang terdapat di kota ini berpengaruh terhadap pembelian cabai karena rumah tangga dengan suku Lampung umumnya menyukai masakan pedas sedangkan suku Jawa cenderung menyukai masakan manis. Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini faktor-faktor yang mungkin dapat memengaruhi permintaan cabai di Kota Bandar Lampung yakni harga cabai itu sendiri (merah, hijau, rawit), harga barang komplementer (tomat, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng), pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan suku. Untuk memastikan apakah faktor-faktor ini berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai hal tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana preferensi cabai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana pola konsumsi cabai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung?

3. Faktor apa saja yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis preferensi cabai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis pola konsumsi cabai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung.
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Produsen dan pemasar, sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam mengelola dan menjaga kualitas cabai yang sesuai dengan preferensi konsumen rumah tangga.
2. Peneliti lain, sebagai referensi atau sumber pustaka yang digunakan untuk penelitian sejenis atau penelitian lebih lanjut.
3. Pemerintah, sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan terkait komoditas cabai.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Cabai

Cabai (*Capsicum annum* L) merupakan salah satu tanaman dari komoditas hortikultura yang sangat mudah ditemui di pasaran. Jenis tanaman ini berasal dari suku terung-terungan (*Solanaceae*) tepatnya dari wilayah Amerika Selatan. Cabai ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi karena menjadi salah satu pelengkap bahan masak yang selalu ada di dapur. Selain karena kemampuannya menciptakan rasa pedas, cabai juga memiliki segudang manfaat karena tanaman ini kaya akan protein, karbohidrat, lemak, air, serat, *capsaicin*, mineral, *flavonoid*, bahkan vitamin seperti vitamin B, C dan E. Tanaman ini mampu bertindak sebagai antioksidan karena terdapat beta *karoten*, fitosterol, beta *cryptoxanthin*, vitamin K, vitamin C, dan vitamin E (Anggraeni dan Fadlil, 2013).

Dalam industri pangan dan farmasi, cabai sangat dibutuhkan karena mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Kandungan *lasparaginase* dan *capsaicin* pada komoditas ini dapat digunakan sebagai antikanker (Agustina, Widodo, & Hidayah 2014). Tanaman cabai tergolong tanaman semusim sehingga harga di pasaran cenderung fluktuatif. Saat panen raya tiba, harga komoditas ini dapat turun drastis sedangkan saat hari-hari tertentu seperti hari raya lebaran, harga cabai dapat meningkat tajam. Peristiwa ini menjadikan cabai sebagai

salah satu komoditas yang sangat dipengaruhi oleh permintaan pasar (Sarif, 2020).

Komoditas cabai terdiri atas cabai merah besar (*Capsicum annuum* L), cabai merah keriting (*Capsicum annuum* L), cabai hijau besar (*Capsicum annum var annum*), dan cabai hijau keriting (*Capsicum annum var annum*) dan cabai rawit (*Capsicum frutescens* L). Berbagai jenis cabai ini tentunya memiliki kesamaan hingga perbedaan. Untuk penjelasan masing-masing cabai dapat dilihat sebagai berikut.

a. Cabai Merah

Cabai merah (*Capsicum annuum* L.) merupakan tanaman sayuran yang memiliki kandungan *capsaicin* sehingga menghasilkan cita rasa pedas. Cabai jenis ini memiliki nilai ekonomis cukup tinggi karena permintaannya terus meningkat seiring dengan berkembangnya industri yang menggunakan cabai sebagai bahan baku utama dan bertambahnya jumlah penduduk yang mengonsumsi cabai merah. Beberapa varietas cabai merah yakni cabai merah besar dan cabai merah keriting, dimana keduanya memiliki perbedaan dari segi bentuk, rasa pedas, harga dan sebagainya (Subagyono dkk., 2010) Penjabaran mengenai kedua jenis tersebut sebagai berikut.

1) Cabai merah besar

Cabai merah besar merupakan jenis cabai yang mengandung air cukup tinggi pada saat masa panen terjadi dan sifatnya sangat mudah busuk. Biasanya kerusakan cabai merah yang disebabkan oleh sifat fisiologis dapat mencapai 40%. Proses pemanenan komoditas ini akan dilakukan pada saat cabai berumur 75-80 hari setelah masa tanam di dataran rendah, sedangkan untuk di dataran tinggi cabai akan dipanen dalam waktu yang lebih lama yakni 90-100 hari. Selain itu, cabai

merah besar akan dipanen saat warna sudah menunjukkan merah seutuhnya (Novianti, 2016).

Dalam proses budidaya cabai, tentunya akan ditemui berbagai macam kendala, mulai dari ketersediaan pupuk hingga adanya Organisme Pengganggu Tanaman (OPT), menjadi permasalahan yang selalu datang menghampiri para petani. Masalah ini akan berdampak pada kualitas yang dihasilkan bahkan ada yang menyebabkan kegagalan panen sehingga petani sangat dirugikan. Menurut Meilin (2014), terdapat beberapa contoh OPT yang mengganggu tanaman cabai adalah lalat buah (*Bactrocera* sp), thrips (*Thrips parvispinus* Karny), kutu kebul (*Bemisia tabaci*), kutu daun (*Aphididae*), dan tungau (*Polyphagotarsonemus latus*), serta penyakit seperti layu fusarium (*Fusarium oxysporum* f. sp), penyakit layu bakteri (*Ralstonia solanacearum*), antraknosa (*Colletotrichum gloeosporioides*), penyakit virus kuning (*Gemini virus*), dan penyakit bercak daun (*Cercospora* sp.).

2) Cabai merah keriting

Cabai merah keriting termasuk kategori cabai besar karena ukuran yang dimiliki relatif besar. Komoditas ini tergolong sayuran penting dengan tingkat konsumsi tinggi karena banyak digunakan sebagai bumbu masakan. Tingginya konsumsi tersebut harus diimbangi dengan tingkat produksi bagi pembangunan sektor pertanian sehingga kebutuhan akan terus tersedia di pasaran (Abubakar, Iswarini, & Sari, 2015).

Banyaknya permintaan akan cabai merah keriting membuktikan bahwa semakin berkembangnya jenis makanan yang dapat diolah dengan komoditas ini. Para petani dan pengusaha akan sangat menguntungkan jika menjualnya dalam bentuk segar maupun olahan (Sipahutar, 2020).

Lestari, A. P. (2019) mengatakan bahwa karakteristik dari cabai merah keriting memiliki bentuk yang melengkung dan bergelombang dengan tingkat kepedasan lebih pedas daripada cabai merah besar. Biasanya cabai ini dapat dipanen pada umur 3-4 bulan setelah penanaman. Prasetyo (2016) juga menambahkan bahwa jika di dataran rendah, cabai merah keriting dapat dipanen 3-4 hari sekali sedangkan, di dataran tinggi mempunyai interval hari lebih panjang yakni 5-7 hari. Pada dasarnya, tanaman ini cenderung lebih baik jika ditanam pada suhu 24°C-32°C di jenis tanah lempung dan berdebu.

Adapun dalam proses pembudidayaannya, cabai merah keriting rentan di serang hama tanaman seperti kutu daun dan thrips, dimana kutu daun akan menyerang cabai dan menyebabkan daun menguning hingga rontok, sedangkan thrips akan menyebabkan daun menjadi keriput dan buah yang dihasilkan menjadi rusak (Veronica, 2019). Selain hama, terdapat juga penyakit seperti jamur *Cercospora capsica* yang menyebabkan daun berwarna keputihan sehingga akan berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Selanjutnya, ada penyakit antraknosa yang dapat menyebabkan buah mengering secara keseluruhan (Palupi, Yuliana, Respatijart, 2015). Banyaknya permasalahan tersebut, menyebabkan petani mengalami kerugian hingga produksinya menjadi turun.

b. Cabai Hijau

Cabai hijau memiliki bentuk yang sama dengan cabai merah karena jenis cabai ini dipanen saat usianya masih muda. Bagian kulit cabai biasanya agak tebal dan licin sehingga sering disebut lapisan lilin. Cabai hijau berwarna hijau muda gelap dengan bagian diameternya lebih besar dibanding dengan cabai keriting. Namun, permintaan akan cabai hijau ini lebih sedikit dibanding dengan cabai merah

ataupun cabai rawit. Hal ini karena, penggunaan cabai dalam rumah tangga kurang diminati sebab cabai ini memiliki rasa kurang pedas (Ikrarwati dkk., 2018). Beberapa jenis cabai hijau yakni cabai hijau besar dan cabai hijau keriting. Penjabaran kedua jenis cabai tersebut sebagai berikut.

1) Cabai hijau besar

Cabai hijau besar merupakan tanaman yang memiliki bentuk lonjong dengan bagian ujungnya lancip seperti bentuk cabai merah besar. Tanaman ini dipanen lebih dahulu dibandingkan dengan cabai merah besar. Cabai hijau besar mengandung berbagai senyawa yang baik untuk tubuh sehingga dapat mencegah radikal bebas. Selain itu, jenis cabai ini banyak mengandung antioksidan yang baik untuk kesehatan tubuh (Yudha dan Vanessa, 2022).

Cabai hijau besar memiliki umur yang terhitung pendek yakni berkisar 5 bulan setelah persemaian dan harus segera dilakukan pergantian tanaman karena dapat menyebabkan produktivitas semakin menurun. Tanaman ini merupakan bentuk dari cabai merah besar yang masih muda sehingga banyak dijadikan sebagai bahan pelengkap tumisan makanan. Dalam proses pembudidayaannya, cabai ini sama dengan jenis cabai merah yakni dipanen saat berumur 75-80 hari jika di dataran rendah, namun akan lebih lama harinya jika dipanen di dataran tinggi (Novianti, 2016).

2) Cabai hijau keriting

Cabai hijau keriting merupakan bentuk dari cabai merah keriting yang masih muda sehingga tingkat kepedasannya kurang atau di bawah dari cabai keriting yang sudah matang (merah). Diameter ukuran dari cabai ini lebih kecil dibandingkan dengan cabai hijau

besar dan memiliki bentuk bergelombang dengan bagian ujungnya lancip (Sipahutar, 2020).

Cabai hijau keriting sama dengan jenis cabai lainnya yakni sangat sensitif terhadap perubahan cuaca, hama, maupun penyakit. Tanaman ini akan sangat berpengaruh bila terjadi perubahan yang signifikan dari lingkungannya. Pada daerah yang memiliki tingkat hujan tinggi akan sulit untuk memanen cabai dalam bentuk matang (berwarna merah), sehingga kebanyakan dari para petani kan memanennya dalam kondisi masih hijau. Hal inilah yang memengaruhi harga jual cabai hijau di pasaran karena biasanya jenis cabai ini akan dijual dengan harga lebih rendah (Sipahutar, 2020).

c. Cabai Rawit

Cabai rawit merupakan tanaman yang berasal dari keluarga terong-terongan (*Solanaceae*), dimana tanaman ini termasuk tanaman perdu yang tumbuh tegak dilengkapi dengan kayu dan cabang. Komoditas ini tergolong sayuran penting seperti cabai merah dengan tingkat konsumsi tinggi karena banyak digunakan sebagai campuran bumbu masakan. Cabai rawit memiliki bagian-bagian penting penyusun tanaman yakni biji yang berbentuk bulat pipih, buah yang memiliki ciri khas rasa pedas dengan panjang buah 1-5 cm, bunga yang mempunyai sifat tunggal, daun yang memiliki variasi warna tergantung dengan iklim dan lingkungan setempat, batang yang mempunyai panjang sekitar 30-37,5 cm dengan diameter sebesar 1,5-3 cm, dan terakhir yakni akar yang tergolong jenis akar serabut dengan bintil-bintil kecil, dimana bintil-bintil tersebut untuk menjangkau sumber makanan dan unsur hara dalam tanah (Alif, 2017).

Syarat tumbuh pada tanaman cabai rawit sama dengan tanaman cabai lainnya yakni di dataran tinggi maupun di dataran rendah dengan ketinggian 1-1.500 m dpl dan suhu udara antara 25°C-32°C.

Tanaman ini bahkan dapat tumbuh di daerah kering meskipun hasil yang diperoleh kurang optimal. Cabai rawit ini juga dapat tumbuh di curah hujan tinggi maupun rendah dan akan lebih baik jika di tanam di lahan subur yang memiliki kandungan unsur hara, air dan tergolong tanah yang gembur sehingga mencukupi kebutuhan tanaman (Alif, 2017). Cabai rawit dibagi menjadi dua yakni cabai rawit hijau dan cabai rawit orange (caplak). Keduanya dijabarkan sebagai berikut.

1) Cabai Rawit Hijau

Cabai rawit hijau merupakan tanaman cabai dengan buah berwarna hijau hingga hijau tua. Tanaman ini memiliki cita rasa pedas karena terdapat kandungan *capsaicin*. Dalam proses budidaya, cabai ini dapat dipanen setelah berusia 70-75 hari di daerah dataran rendah, sedangkan jika di daerah dataran tinggi akan sedikit lebih lama yakni berkisar 4-5 bulan setelah ditanam. Cabai rawit hijau menjadi jenis cabai kecil yang paling sering dikonsumsi oleh rumah tangga (Edowai, Kairupan, & Rawung, 2016).

2) Cabai Rawit Caplak

Cabai rawit caplak merupakan cabai rawit hijau yang sudah matang sehingga berwarna orange/merah. Cabai ini memiliki rasa jauh lebih pedas dibandingkan dengan cabai rawit hijau, hal ini karena biji cabai berjumlah banyak dan sudah matang sehingga menyebabkan buah sedikit keras. Tanaman cabai rawit caplak ini biasa dipanen pada umur 80-90 hari dan pemanenan dapat terjadi sebanyak 12-20 kali hingga tanaman berumur 6-7 bulan. Selain itu, tanaman ini dapat tumbuh di dataran rendah

maupun tinggi dengan bantuan kayu sebagai penopang batang agar dapat tumbuh tegak (Sitompul dan Nawawi, 2015).

2. **Konsumen dan Perilaku Konsumen**

Konsumen merupakan seseorang yang melakukan transaksi penjualan baik barang maupun jasa. Kata ini dalam bahasa Inggris disebut “*consumer*”, sedangkan dalam bahasa Belanda disebut “*consument*” yang artinya pelanggan. Secara harfiah, konsumen memiliki makna tentang seseorang atau bahkan perusahaan yang menggunakan jasa atau melakukan pembelian terhadap barang tertentu. Konsumen juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang menggunakan sejumlah barang dan persediaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2 juga menambahkan bahwa, konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan (Sakti, Ramadhani, & Wahyuningsih, 2015).

Dalam prosesnya, terdapat beberapa batasan tentang konsumen yakni konsumen merupakan seseorang yang memperoleh barang dan jasa untuk tujuan tertentu, konsumen merupakan seseorang yang memperoleh barang dan jasa untuk digunakan kembali dengan cara diperdagangkan (tujuan komersial/memperoleh keuntungan), sedangkan konsumen akhir merupakan seseorang yang secara alami memperoleh barang/jasa dan digunakan untuk kehidupannya bahkan kehidupan keluarganya, sehingga tidak diperdagangkan kembali (Kristiyanti dan Siwi, 2012).

Konsumen menjadi seseorang yang sangat esensial dalam kegiatan transaksi, karena tanpa adanya konsumen maka kegiatan tersebut tidak dapat berjalan lancar. Seseorang yang sudah menjadi konsumen maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut mengonsumsi atau menggunakan

barang/jasa. Tidak hanya individu, konsumen juga dapat berasal dari kumpulan orang yang sering disebut dengan organisasi, baik itu yayasan, organisasi bisnis, atau bahkan lainnya yang akan menggunakan barang/jasa untuk kepentingan organisasinya.

Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perilakunya dalam mengambil keputusan pembelian. Kegiatan ini dapat berjalan jika produsen memahami apa yang diinginkan konsumen, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap pembelian di masa depan. Dengan kata lain, dalam proses pengambilan keputusan tidak tergantung dari pembelian yang akan dilakukan, tetapi berpengaruh jika mampu memberikan pengalaman terhadapnya sehingga ia mau melakukan transaksi dimasa yang akan datang (Utami, 2017).

Perilaku konsumen merupakan sifat yang ditunjukkan oleh para pelaku dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sifat ini meliputi tentang tata cara pembeli dalam melakukan pembelian seperti mempertimbangkan barang mana yang lebih dibutuhkan, melihat merek yang tertera untuk memenuhi kepuasan, melakukan pembelian yang sama pada barang yang sesuai dengan selera, dan masih banyak lagi. Selain sifat tersebut, terdapat beberapa aspek dalam proses transaksi pembelian dan penjualan yakni terkait siapa yang membeli, apa yang dibeli, kapan membeli, dimana membelinya, berapa yang dibeli, mengapa membeli barang/jasa tersebut, dan bagaimana proses pengambilan keputusan membelinya (Tjiptono, 2006).

Pada hakikatnya, perilaku konsumen sangat berkaitan dengan kegiatan yang dijalankan/faktor internal seperti sikap, kepribadian, pembelajaran, motivasi yang digunakan, dan pengamatan. Selain itu, terdapat faktor eksternal seperti lingkungan yang mendukung, budaya dan sosial, serta pengaruh dari keluarga bahkan kelompok. Kedua faktor tersebut saling terhubung satu sama lain sehingga membentuk perilaku pengambilan

keputusan (Dharmmesta dan Handoko, 2013). Perilaku konsumen menjadi kunci dasar seluruh aktivitas manusia yang berhubungan dengan proses mengembangkan, menjalankan, menjual, dan mempromosikan suatu produk baik itu nasional maupun internasional (Sherly dkk., 2020).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha harus mampu mengoptimalkan segala bentuk efektivitas yang dimiliki serta tingkat efisiensi dari produk yang dijual sehingga mampu menarik minat perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli barang tersebut (Ferinia dkk., 2021).

3. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan suatu perilaku yang menunjukkan rasa suka terhadap berbagai pilihan produk barang dan jasa yang akan digunakan (Kotler, 2006). Dalam perkembangannya, teori ini merujuk pada bagaimana seseorang merasa puas atas apa yang mereka beli atau gunakan. Dengan kata lain, bila mereka memiliki keterbatasan sumber daya, maka mereka harus mampu memilih barang/jasa mana yang paling penting, sehingga jika hal tersebut didapatkan maka utilitas akan mencapai titik optimal. Preferensi ini menjadi titik penentu seseorang dalam mengambil keputusan terhadap barang yang akan dibeli atau gunakan (Rahardi dan Wiliasih, 2016).

Kepuasan atas barang yang didapatkan menjadi standar dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya. Dalam memenuhi kepuasan tersebut maka wajib bagi seorang penjual untuk mencari tahu apa saja keinginan para konsumen. Preferensi konsumen menjadi alat yang dapat mengukur seberapa nilai guna dan tingkat relatif dari atribut barang/jasa yang ada guna memunculkan rasa keinginan atau daya tarik sebagai seorang konsumen pertama. Keberadaannya mampu menciptakan rasa penasaran yang mendorong konsumen untuk memberi penilaian terhadap produk

dan jasa yang mereka gunakan atau konsumsi (Rahardi dan Wiliasih, 2016).

Preferensi ini merujuk pada atribut-atribut yang meliputi harga, kualitas, kemasan, dan promosi yang ada pada produk sehingga menjadi tolak ukur pengambilan keputusan. Preferensi konsumen juga merupakan bentuk sikap atau perilaku konsumen terhadap merek suatu barang, dimana ia akan memilih dan mengevaluasi produk mana yang sesuai dengan kriterianya. Setelah didapati keputusan, maka kesepakatan akan terjadi antar para pelaku kegiatan. Dengan demikian, preferensi merupakan bentuk subjektif atas kesukaannya dari suatu individu (Kotler dan Keller, 2008).

Sumarwan (2015), juga mengatakan bahwa preferensi konsumen merupakan alternatif atas kesukaan atau lainnya yang dapat menunjang keinginan dalam membelanjakan kebutuhan konsumen, sedangkan, Rochaeni (2013), mengatakan bahwa dalam preferensi konsumen berisi tentang keputusan hasil evaluasi dari pertimbangan dua objek atau lebih yang dipilih. Objek tersebut selalu ada karena menjadi patokan dalam perbandingan yang dilakukan.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa preferensi merupakan suatu sikap kesadaran yang ditunjukkan oleh rumah tangga dalam memilih barang atau jasa sesuai atribut yang paling ia sukai. Atribut tersebut berupa hal-hal yang ada dalam produk sehingga dapat memengaruhi minat konsumen, dimana setiap individu memiliki perbedaan atas hal yang disukainya, sehingga akan berdampak pada jawaban antara konsumen satu dengan lainnya. Pemilihan atribut mampu menciptakan nilai guna yang lebih tinggi dari suatu produk, sehingga dalam proses analisisnya akan lebih baik jika menggunakan analisis konjoin sesuai dengan isi yang nantinya diinginkan.

4. Pola Konsumsi

Pola konsumsi merupakan bentuk atau susunan dari kebutuhan individu maupun kelompok terhadap barang/jasa yang ia konsumsi atau gunakan sesuai pendapatannya. Pola ini terbentuk dari konsumsi yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga antara manusia yang satu dengan lainnya akan berbeda. Pola ini mampu membentuk kebutuhan primer dan sekunder individu maupun kelompok yang didasari oleh tanggung jawab dan hubungannya antar sesama (Mufidah dkk., 2019).

Pola konsumsi menjadi indikator yang menunjukkan tingkat kesejahteraan dari rumah tangga dalam melakukan pembelian. Hal ini terjadi karena melalui pola tersebut akan terlihat seberapa besar tingkat pengeluaran dan pendapatan yang diperoleh dari rumah tangga. Seseorang dengan penghasilan tinggi akan cenderung menghabiskan konsumsinya di luar dari makanan, sebab mereka tidak khawatir dengan kebutuhan pokoknya. Sebaliknya, jika orang tersebut kekurangan dalam penghasilannya, maka ia akan sebaik mungkin mengatur keuangan makanannya agar cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini karena makanan menjadi hal pokok dan paling utama untuk menunjang kehidupan manusia (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2020).

Kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa secara terus-menerus sering disamakan dengan pola konsumsi. Pola ini akan terbentuk dengan sendirinya mengikuti keseharian yang dilakukan oleh rumah tangga. Ini disebut juga dengan pola konsumsi rutin (Asminingsih, 2017). Pola konsumsi berasal dari berbagai macam pangan yang dikonsumsi oleh rumah tangga dalam waktu tertentu, dimana terdapat jumlah, frekuensi, tempat pembelian, atau bahkan jenis dari pangan itu sendiri. Berdasarkan pendapat tersebut, maka terdapat beberapa faktor

yang menggambarkan kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa, yakni :

- a. Tujuan mengonsumsi, adalah kegiatan yang dilakukan dari penggunaan barang yang dibeli/dikonsumsi.
- b. Jumlah konsumsi, adalah banyaknya barang yang dikonsumsi oleh rumah tangga yang diukur pada waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- c. Jenis barang, adalah pembagian ciri yang menggambarkan jenis barang yang dibeli, misalnya barang menurut fungsinya dibagi menjadi dua yakni barang produksi dan barang konsumsi.
- d. Frekuensi pembelian, adalah berapa kali rumah tangga membeli barang dalam kurun waktu satu bulan.
- e. Frekuensi konsumsi, adalah tingkat keteraturan rumah tangga dalam mengonsumsi barang, baik satu hari, satu bulan, bahkan satu tahun.
- f. Tempat pembelian, adalah lokasi yang dituju oleh rumah tangga dalam membeli barang yang diinginkan. Tempat pembelian ini dapat berupa agen, pedagang kecil, pedagang besar, pasar tradisional, minimarket, bahkan supermarket.

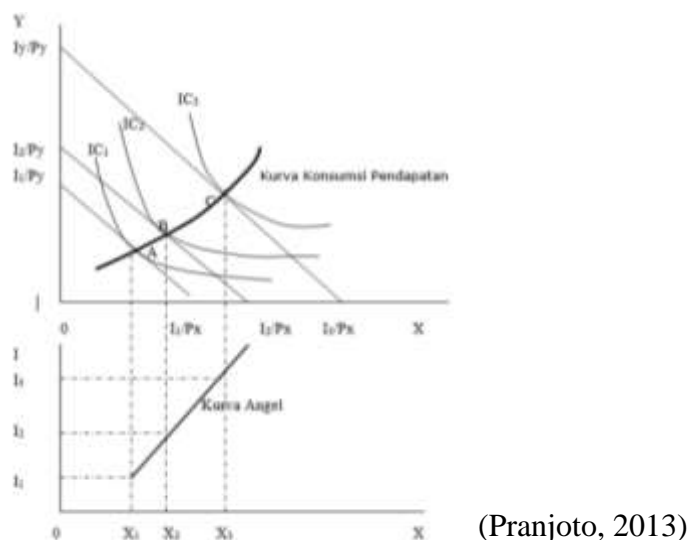
Merujuk dari pernyataan tersebut, maka dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah pola konsumsi rumah tangga di Kota Bandar Lampung terhadap cabai merah, hijau dan rawit, dimana menggunakan keenam aspek yang sudah dijelaskan. Aspek pertama yakni tujuan mengonsumsi yang akan dikaji apakah cabai digunakan untuk sambal atau untuk bumbu masakan, aspek kedua yakni jumlah konsumsi cabai, aspek ketiga yaitu jenis cabai yang dibeli, ini akan diklasifikasikan menurut jenis cabai masing-masing yakni cabai merah (besar dan keriting), cabai hijau (besar dan keriting), dan cabai rawit (hijau dan caplak). Ketiga aspek selanjutnya yakni frekuensi pembelian cabai dalam kurun waktu satu bulan, frekuensi konsumsi cabai yang dapat dianalisis dalam waktu harian, mingguan, atau bahkan bulanan, tempat pembelian cabai yang dibagi menjadi pasar, supermarket, warung, dan pedagang keliling.

5. Teori Permintaan

Permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang ingin dibeli oleh individu maupun kelompok pada tingkat harga dan waktu tertentu yang ada di pasar. Jika dilihat dari hukum permintaan, apabila harga barang/jasa naik, maka permintaan akan turun. Sebaliknya, jika harga barang/jasa turun, maka permintaan akan meningkat. Fenomena ini dapat terjadi karena manusia akan cenderung mengonsumsi dalam jumlah besar saat harga-harga di pasaran rendah, keadaan ini mengandaikan bahwa barang/jasa sangat bergantung pada tingkat harga tertentu. Selain itu, bila terjadi kenaikan harga barang/jasa, pembeli akan mencari alternatif barang lain yang sesuai dengan kebutuhan. Tidak mesti barang tersebut, tetapi memiliki fungsi yang sama. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa permintaan merupakan sejumlah barang/jasa yang dapat dibeli dalam segala keadaan dan tingkat harga yang tersedia (Purnomo, 2022).

Dalam teori ekonomi, permintaan dapat dijelaskan melalui suatu kurva yang sering disebut dengan *indifference curve* (kurva kepuasan sama). *Indifference curve* merupakan kurva yang menunjukkan berbagai konsumsi dari komoditi X dan Y yang menghasilkan utiliti/kepuasan yang sama kepada konsumen. Dalam kurva ini, terdapat hubungan fungsional antara harga yang ditetapkan dengan tingkat permintaan di pasaran. Jika dilihat dari bentuk kurva, maka titik temu atau persinggungan antara kurva indifere dengan garis anggaran merupakan titik keseimbangan konsumen. Hal ini berarti, bila terjadi perubahan pendapatan pada konsumen sedangkan harga barang/jasa tidak berubah, maka garis anggaran akan bergeser ke kanan. Pergeseran garis ini menghasilkan titik temu baru antara kurva indeferen dengan garis anggaran yang saling bersinggungan, sehingga jika diasumsikan pendapatan terus berubah sedangkan harga lainnya tetap, maka akan menemukan titik keseimbangan konsumen yang bila ditarik garis akan membentuk kurva konsumsi pendapatan (*income consumption curve/ICC*). Kurva konsumsi

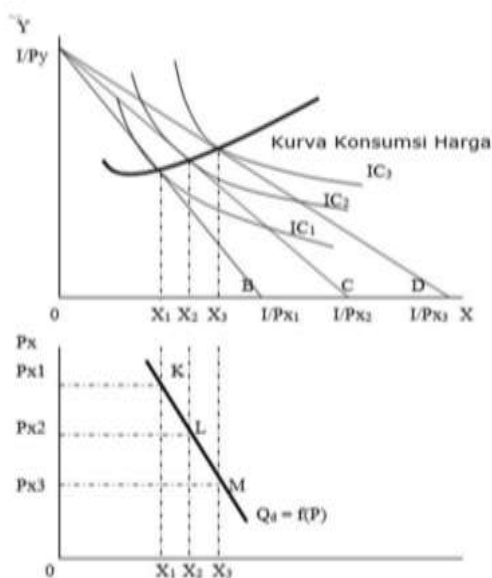
pendapatan (ICC) merupakan kombinasi produk yang dikonsumsi pada berbagai tingkat pendapatan untuk memberikan kepuasan/utilitas yang maksimum. Adanya ICC ini dapat memunculkan terbentuknya kurva Engel yakni kurva yang menunjukkan keterkaitan antara pendapatan dengan jumlah barang/jasa yang dikonsumsi.



Gambar 1. Kurva indeferen & kurva engel

Dari Gambar 1. dapat diketahui bahwa terdapat garis turunan dari ICC ke kurva engel yang menunjukkan slope kurva bernilai positif. Hal ini artinya, saat terjadi kenaikan pendapatan maka akan diikuti kenaikan pada jumlah barang yang dibeli (barang normal). Sebaliknya, jika kurva engel tegak maka perubahan pendapatan yang dihasilkan lebih tinggi dibandingkan jumlah yang diminta (kelompok barang kebutuhan pokok). Fenomena lain mungkin saja ditunjukkan dari kurva ini yakni saat barang lux maka kurva berbentuk landai artinya jumlah barang yang dibeli lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh. Selain itu, kurva ini dapat juga berslope negatif jika barang tersebut inferior, artinya pendapatan meningkat namun jumlah barang yang dibeli menurun seperti pada permintaan sandal jepit, ikan asin, dan sebagainya (Sugiyanto, 2016).

Apabila terjadi perubahan pada harga barang X, tetapi harga barang Y, pendapatan, dan preferensi konsumen tetap sama (*ceteris paribus*), maka akan terbentuk kurva konsumsi harga (*Price Consumption Curve/PCC*). Kurva ini dihasilkan dari titik-titik keseimbangan konsumen dengan asumsi kalimat di atas.



(Prajoto, 2013)

Gambar 2. Kurva Konsumsi Harga (PCC)

Berdasarkan Gambar 2. dapat diketahui bahwa dari PCC (*Price Consumption Curve*) dapat diturunkan menjadi kurva permintaan individu (*Demand Individual Curve*). Kurva permintaan individu merupakan kurva yang menggambarkan permintaan barang oleh konsumen pada berbagai tingkat harga yang tersedia. Pernyataan ini menunjukkan, adanya permintaan pasar dengan harga produk berhubungan negatif menurut teori hukum permintaan (Sugiyanto, 2016).

Dalam ilmu ekonomi, permintaan konsumen terhadap suatu barang ditentukan oleh beberapa faktor yang memengaruhi seperti harga komoditas itu sendiri, harga barang lain, tingkat pendapatan, selera, dan jumlah populasi penduduk. Masing-masing dari faktor tersebut akan dijelaskan sebagai berikut (Nainggolan & Sihotang, 2021) :

a. Harga Barang itu Sendiri

Asumsi atas harga barang itu sendiri menunjukkan bahwa jika harga barang semakin menurun maka umumnya tingkat permintaan barang tersebut semakin meningkat. Hal ini dapat terjadi dengan anggapan bahwa faktor lainnya bernilai tetap/*ceteris paribus*, sehingga jika harga barang tersebut naik maka permintaannya akan turun.

b. Harga Barang Lain

Harga barang lain sangat memengaruhi tingkat permintaan barang yang ditawarkan karena mereka memiliki hubungan yang erat antara satu dengan lainnya. Hubungan tersebut dibedakan menjadi 3 golongan, yakni barang substitusi (penganti), barang komplementer (pelengkap), dan barang tidak memiliki hubungan sama sekali. Barang substitusi merupakan barang yang digunakan untuk mengganti fungsi dari barang yang ditawarkan. Contohnya seperti minuman kopi dan teh, dimana bila tidak ada kopi maka seseorang cenderung mengganti minuman tersebut dengan teh. Jadi, saat harga barang pengganti menurun, maka barang yang digantikan akan semakin berkurang juga peminatnya. Selanjutnya, barang komplementer yang merupakan barang pelengkap karena digunakan secara bersamaan, misalnya seperti kopi dan gula. Kedua bahan tersebut selalu dikonsumsi bersamaan sehingga bila permintaan akan kopi meningkat, maka umumnya permintaan gula juga ikut meningkat, begitupun sebaliknya. Terakhir, barang yang tidak mempunyai hubungan misalnya seperti baju dan teh. Permintaan kedua barang ini tidak akan memengaruhi satu sama lain karena tidak berkaitan diantara keduanya.

c. Tingkat Pendapatan

Menurut teori pendapatan, konsumen akan merubah jumlah konsumsinya jika pendapatannya meningkat. Perubahan tingkat konsumsi tersebut akan memengaruhi permintaan pada barang yang akan dibeli. Umumnya, permintaan akan naik seiring dengan pendapatan yang meningkat, hal ini berlaku pada barang normal.

Hampir semua barang disebut dengan barang normal contohnya seperti pakaian, makanan dan minuman, sedangkan hal ini akan berbeda bila yang dihadapi adalah barang inferior seperti sandal jepit, ikan asin, dan sebagainya. Konsumen akan cenderung mengurangi permintaan barang inferior tersebut dengan barang memiliki kualitas lebih baik seperti mengganti sandal jepit dengan sepatu dan mengganti ikan asin dengan ayam.

d. Selera

Selera atau kesukaan dapat memengaruhi permintaan suatu barang dengan asumsi bahwa jika selera masyarakat terhadap suatu barang meningkat, maka permintaannya juga ikut meningkat.

e. Jumlah Populasi Penduduk

Jumlah penduduk memengaruhi tingkat permintaan barang dengan asumsi bahwa semakin banyak jumlah penduduk maka tingkat permintaan akan semakin banyak juga.

Dengan demikian, permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Q^D_X = f(P_x, P_y, I, T, N)$$

Keterangan

P_x : Harga barang itu sendiri

P_y : Harga barang lain

I : Tingkat pendapatan

T : Selera

N : Jumlah populasi penduduk

Setelah diketahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan, maka dapat dilakukan analisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Metode regresi linier berganda adalah teknik analisis untuk mengkaji hubungan dari variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap variabel tak bebas atau dependen variabel (Y). Analisis

menggunakan metode ini dapat dilakukan apabila terdiri dari minimal dua variabel bebas.

Merujuk dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini faktor-faktor yang diduga memengaruhi permintaan cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit di Kota Bandar Lampung adalah harga cabai merah, harga cabai hijau, harga cabai rawit, harga tomat, harga bawang merah, harga bawang putih, harga minyak goreng, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan suku. Ke sebelas faktor ini diduga berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai di Kota Bandar Lampung. Dengan demikian, analisis menggunakan metode ini merupakan analisis yang sesuai untuk menjawab faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan.

6. Analisis Konjoin

Analisis konjoin merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui seberapa tingkat kepentingan yang relatif atas dasar anggapan atau persepsi konsumen yang diperoleh dari barang tertentu serta adanya nilai guna yang diciptakan dari atribut-atribut yang dibawa barang tersebut. Dalam analisis ini, terdapat atribut yang diukur menurut kategori, dimana dalam fungsi kegunaannya terdapat perkiraan atas *parth-worth* atau biasa dikatakan *utility function*, yakni berupa kegunaan yang berkaitan dengan konsumen pada tingkatan yang ada. *Parth-worth* ini berfungsi untuk mengetahui tingkatan seberapa preferensi konsumen terhadap atribut yang diberikan (Syahfitriani, Tarigan, & Bangun, 2013).

Analisis konjoin pertama kali ditemukan dan dikembangkan oleh seorang psikologi matematis, dimana menurutnya analisis ini merupakan teknik survei yang dapat dilakukan untuk mengetahui riset pasar, sehingga diperoleh informasi terkait pengembangan dan masa depan dari produk baru, bagaimana segmentasi serta harga jualnya. Analisis konjoin berisi metode multivariat yang unik karena didalamnya terdapat rancangan dari

produk hipotesis yang memadukan tingkatan atribut dengan atribut-atribut produk tersebut. Selanjutnya, produk hipotesis itu akan diberikan ke konsumen yang akan mengevaluasi dan menilai pelayanan serta keseluruhan produk yang dihasilkan. Perancangan produk hipotesis sudah disesuaikan dengan kepentingan atribut dan tingkatannya sehingga konsumen dapat menganalisis keseluruhan peringkat produk yang diberikan (Murti, 2002).

Adanya analisis konjoin mampu menjawab berbagai pertanyaan seperti:

- Produk baru mana yang mampu menciptakan peluang besar, sehingga kemungkinan berhasilnya tinggi?
- Atribut seperti apa yang mampu menjadi keputusan bagi pembeli untuk memilih produk tersebut?
- Dari produk tersebut, adakah segmen pasar khususnya?
- Promosi apa yang mampu meningkatkan segmen pasar tersebut?
- Bagaimana pendistribusian produk yang baik untuk dilakukan?
- Apakah jika terjadi perubahan desain produk maka akan menaikkan penjualan dan preferensi konsumen?
- Berapa harga maksimum produk atau pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen? Apakah jika harga dinaikkan dapat memengaruhi keberhasilan atribut? (Murti, 2002).

Analisis konjoin mampu mengungkap kepentingan dari suatu atribut dengan melakukan survei pemasaran secara langsung, sehingga menghasilkan nilai berupa peringkat (ranking) atau skor (rating). Nilai ini nantinya akan mengacu pada preferensi konsumen yang akan dihasilkan.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat dikatakan bahwa masih sedikit ditemui penelitian yang membahas tentang preferensi, pola konsumsi, dan permintaan cabai tingkat rumah tangga, namun jika dilihat dari topiknya,

sudah banyak ditemui penelitian yang membahas mengenai preferensi, pola konsumsi, dan permintaan. Pemilihan komoditas cabai sebagai objek penelitian sangat sesuai karena tingkat permintaan komoditi ini terus mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Jika dibandingkan antara hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang berjudul “Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung” terdapat beberapa persamaan dan perbedaan yang ada didalamnya.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode analisis yang digunakan, yakni menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut cabai yang diteliti. Selain itu, menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui pola konsumsi konsumen rumah tangga terhadap cabai. Jika dilihat dari tujuan penelitian yakni untuk mengetahui preferensi, pola konsumsi, dan permintaan terhadap produk sehingga mempunyai kesamaan dengan penelitian terdahulu, sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada komoditas yang digunakan dan lokasi. Komoditas yang digunakan dalam penelitian ini adalah cabai, sedangkan untuk pemilihan lokasi penelitian ini bertempat di Kota Bandar Lampung, dimana penelitian terdahulu belum memilih kota ini sebagai tempat penelitian untuk komoditas cabai yang digunakan. Penelitian terdahulu dapat dilihat dari Tabel 4.

Tabel 4. Penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Komoditi Tomat dan Cabai Merah di Kota Banda Aceh (Fauza, Zakiah, dan Kasimin, 2018)	Mengetahui preferensi konsumen terhadap komoditi tomat dan cabai merah berdasarkan atribut jenis, harga, daya tahan, kesegaran, dan rasa.	Analisis konjoin.	Atribut yang disukai konsumen terhadap buah tomat yakni berdasarkan jenisnya lebih memilih jenis tomat medan, harga yang terendah, daya tahan selama 6-9 hari, tingkat kesegaran yang sangat segar, dan rasa yang manis, sedangkan untuk cabai merah, atribut yang disukai yakni jenis cabai merah keriting, harga terendah, daya tahan selama 5-6 hari, tingkat kesegaran yang segar, dan rasa yakni yang pedas.
2.	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah di Kecamatan Tembilahan (Prasetia dan Partini, 2019)	Mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap pembelian cabe merah dan atribut yang paling dipertimbangkan	Analisis Multiatribut Fishbein.	Atribut warna cabe yang paling disukai adalah merah cerah, tingkat kepedasan sangat pedas, dan permukaan kulitnya terlihat mengkilap. Selain itu, atribut yang paling dipertimbangkan dalam membeli cabai berturut-turut yakni tingkat kepedasan, warna, dan permukaan kulit
3.	Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah (Adiyoga dan Nurmalinda, 2012)	Menganalisis preferensi konsumen atau optimalisasi utilitas atribut produk untuk komoditas prioritas/unggulan sayuran (kentang, bawang merah, dan cabai merah).	Analisis konjoin.	Atribut yang paling disukai terhadap kentang ialah: berukuran 6–8 butir/kg, berkulit mulus, dan memiliki jumlah mata sedikit (<10). Atribut yang paling disukai terhadap bawang merah yaitu: berukuran umbi diameter 2,5 cm, berwarna kulit merah-ungu tua, dan beraroma. Atribut yang paling disukai terhadap cabai merah yaitu: berwarna kulit

				merah terang, berjenis cabai besar, dan memiliki kepedasan agak pedas.
4.	Pola Konsumsi Beras Rumah Tangga Berdasarkan Golongan Pendapatan dan Faktor - Faktor yang Memengaruhi di Kota Palangkaraya (Sunaryati, 2021)	Mengetahui pola konsumsi beras dan faktor-faktor yang memengaruhi	Analisis deskriptif kuantitatif.	Konsumen yang memiliki pendapatan rendah akan memilih untuk mementingkan mengonsumsi makanan pokok (beras) dibandingkan dengan makanan lainnya, sedangkan konsumen dengan pendapatan tinggi akan lebih memilih mengonsumsi makanan yang lain yang sesuai dengan keinginannya.
5.	Pola Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Buah dan Sayur di Masa Pandemi Covid 19 di Kelurahan Tunggulwulung Kecamatan Lowokwaru Kota Malang (Pramana, Khoiriyah, dan Sudjoni, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pola konsumsi rumah tangga terhadap buah dan sayur 2. Mengetahui preferensi rumah tangga terhadap atribut-atribut buah dan sayur 	Analisis statistic deskriptif dan analisis konjoin.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis buah yang dikonsumsi yakni jeruk, pisang, jambu biji, mangga, melon, dan pepaya yang menunjukkan peningkatan konsumsi dimasa pandemi. Jenis sayur yang menunjukkan peningkatan konsumsi di masa pandemi yakni bayam, kangkong, sawi putih, sawi hijau, wortel, jamur, terong, kentang, dan kacang muda. Selanjutnya, tempat pembelian yang dipilih rumah tangga adalah di pasar tradisional, karena kemudahan pembelian, jarak pembelian, kemudian harga yang lebih terjangkau atau murah dan juga lengkap. - Atribut yang paling penting bagi rumah tangga dalam membeli buah dan sayur secara berurutan adalah warna cerah, rasa manis, kondisi segar,

				harga murah, jarak dekat, dan kesehatan non pestisida.
6.	Pola Konsumsi dan Permintaan Beras Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung (Aido, Prasmatiwi, dan Adawiyah, 2021)	Mengetahui pola konsumsi dan permintaan beras di Kota Bandar Lampung	Analisis deskriptif kuantitatif.	Beras yang paling sering dikonsumsi adalah jenis beras IR 64, Asalan, Pandan Wangi, dan Rojolele. Frekuensi konsumsi sebanyak 3 kali sehari. Kualitas paling disukai adalah beras super. Faktor lain yang memengaruhi pola konsumsi beras di Kota Bandar Lampung yakni harga beras, mi instan, telur, roti, ayam, ikan, tempe, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan rumah tangga.
7.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen terhadap Konsumsi Cabai Rawit di Kabupaten Semarang (Sanjaya, Hastuti, dan Awami, 2017)	Mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam mengonsumsi cabai rawit.	Metode analisis regresi linear berganda	Variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai rawit yakni usia (X1), harga cabai (X2), pendapatan (X3), tingkat kesukaan (X4), dan jumlah anggota keluarga (X5). Dari 5 variabel tersebut, kelima secara simultan berpengaruh nyata terhadap konsumsi cabai rawit.
8.	Analisis Permintaan Komoditi Cabai Merah di Kabupaten Sidenreng Rappang (Rasidin, Nuddin, dan Irmayani, 2022)	Menganalisis pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah.	Metode analisis regresi linear berganda.	Variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah yakni harga cabai merah (X1), harga cabai merah keriting (X2), jumlah anggota keluarga (X3), dan pendapatan keluarga (X4). Dari 4 variabel tersebut, 3 variabelnya secara simultan berpengaruh nyata terhadap konsumsi cabai merah yakni harga cabai

				merah itu sendiri, harga cabai merah keriting, dan pendapatan keluarga.
9.	Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram (Septiadi, Sari, dan Zainuddin, 2020)	Menganalisis karakteristik konsumen cabai rawit dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai rawit di Kota Mataram	Metode analisis regresi berganda (metode OLS).	Karakteristik konsumen dalam mengonsumsi cabai rawit di Kota Mataram berbeda-beda berdasarkan posisi dalam keluarga, umur, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan gender. Faktor yang berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit di kota Mataram diantaranya adalah variabel harga cabai rawit dan variabel jumlah anggota keluarga.
10.	Analisis Permintaan Cabai Merah Keriting (<i>Capsicum annum L</i>) di Kota Semarang (Shofiatun, Prabowo, & Hastuti 2017)	Mengetahui tingkat permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting di Kota Semarang.	Menggunakan analisis regresi linier berganda.	Variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting yakni harga cabai merah keriting (X1), harga cabai merah besar (X2), harga bawang merah (X3), jumlah penduduk (X4), dan pendapatan (X5). Dari 5 variabel tersebut, terdapat 3 variabel yang berpengaruh nyata yakni jumlah penduduk, pendapatan, dan harga cabai merah besar.

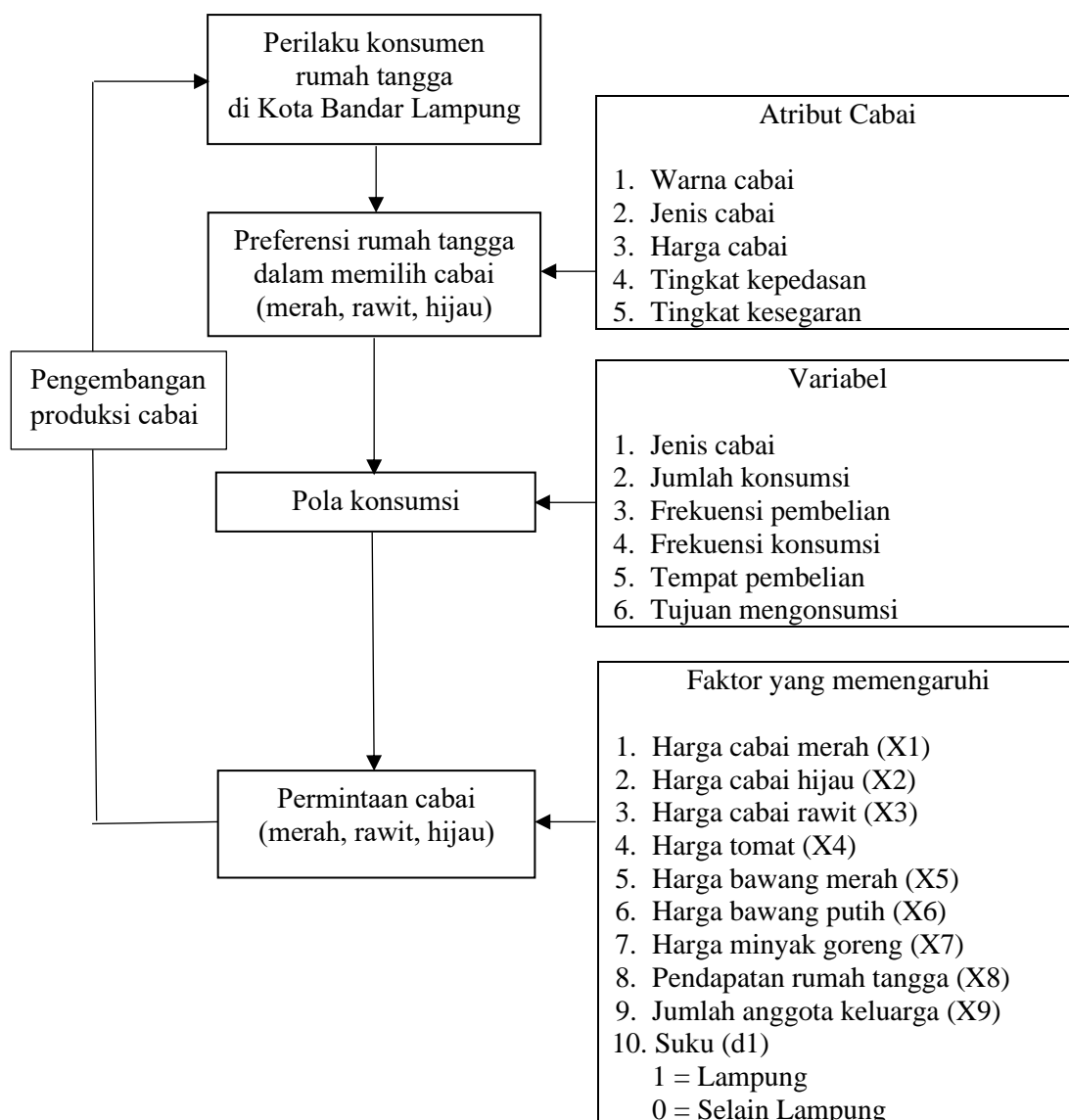
Dari Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa jurnal nomor 1, 2, dan 3 yang membahas mengenai preferensi rumah tangga terhadap cabai memiliki atribut yang disukai yakni jenis cabai merah keriting, harga terendah, daya tahan selama 5-6 hari, tingkat kesegaran yang segar, rasa yang pedas, warna cabai merah cerah/terang, permukaan kulit mengkilap, dan berjenis cabai besar. Oleh karena hal tersebut, atribut yang digunakan penelitian ini adalah warna yang dibedakan pada masing-masing cabai, dimana cabai merah (merah tua dan merah terang), cabai hijau (hijau tua dan hijau terang), dan cabai rawit (hijau dan merah), jenis cabai yang dibedakan masing-masing cabai seperti cabai merah (besar dan keriting), cabai hijau (besar dan keriting), dan cabai rawit (rawit hijau dan rawit caplak), harga yang dibedakan atas cabai merah (<Rp65.000,00; Rp65.000,00-Rp75.000,00; dan >Rp75.000,00), cabai hijau (<Rp20.000,00; Rp20.000,00-Rp30.000,00; dan >Rp30.000,00), cabai rawit (<Rp60.000,00; Rp60.000,00-Rp70.000,00; dan >Rp70.000,00), tingkat kepedasan cabai (pedas dan kurang pedas), dan tingkat kesegaran (segar dan kurang segar).

Pada jurnal nomor 4, 5, dan 6 yang membahas mengenai pola konsumsi terhadap suatu komoditas, dimana variabel yang diteliti dalam penelitian ini selaras dengan yang diterangkan dalam jurnal yakni jenis cabai, jumlah konsumsi, frekuensi pembelian, frekuensi konsumsi, tempat pembelian, dan tujuan mengonsumsi. Terakhir kesimpulan jurnal nomor 7, 8, 9, dan 10 yang membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai, dimana terdapat variabel yang secara simultan berpengaruh nyata terhadap konsumsi cabai diantaranya variabel usia, harga cabai, pendapatan rumah tangga, tingkat kesukaan, dan jumlah anggota keluarga. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini variabel yang dapat diadopsi yakni pendapatan rumah tangga, harga cabai (merah, hijau, dan rawit), jumlah anggota keluarga. Namun, karena menyesuaikan kondisi di daerah penelitian, maka terdapat variabel tambahan yang diteliti yakni suku. Hal ini karena menurut Prasetya dan Partini (2019), Indonesia terdiri dari berbagai macam suku sehingga memiliki kebiasaan atau jenis selera yang berbeda. Berdasarkan hal itu, suku menjadi variabel dummy yang dapat dibedakan menjadi suku Lampung dan suku selain Lampung yang disesuaikan dalam penelitian ini.

C. Kerangka Pemikiran

Aktivitas rumah tangga di Kota Bandar Lampung memerlukan cabai sebagai bahan campuran bumbu masakan setiap harinya. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, terdapat beberapa kriteria jenis cabai yang diinginkan, dimana antara rumah tangga satu dengan yang lain tidak sama. Berdasarkan hasil, terdapat tiga jenis cabai yang sering dikonsumsi oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung yakni jenis cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit. Ketiganya memiliki fungsi yang berbeda-beda, sehingga rumah tangga memiliki pilihan terkait dengan atribut cabai. Dalam penelitian ini, atribut cabai yang diteliti yakni warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran. Pemilihan atribut ini merujuk penelitian Fauza, Zakiah, dan Kasimin (2018) yang menyatakan bahwa rumah tangga menyukai jenis cabai merah keriting, harga terendah, tingkat kesegaran yang segar, dan rasa pedas.

Preferensi cabai saling berkaitan dengan pola konsumsi, karena preferensi ini digambarkan oleh pola konsumsinya terhadap cabai. Pola konsumsi dalam penelitian ini diidentifikasi melalui jenis cabai yang paling sering dikonsumsi, jumlah konsumsi, frekuensi pembelian, frekuensi konsumsi, tempat pembelian dan tujuan mengonsumsi. Pemilihan aspek tersebut sejalan dengan penelitian Aido, Prasmatiwi, dan Adawiyah (2021), yang menyatakan aspek untuk melihat pola konsumsi yakni jenis, frekuensi konsumsi dan pembelian, dan tempat membeli. Pola konsumsi cabai akan memengaruhi permintaan cabai di pasar. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap permintaan cabai merah, hijau, dan rawit adalah harga cabai (merah, hijau, dan rawit), harga barang komplementer (tomat, bawang merah, bawang putih, minyak), pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan suku. Pemilihan atribut permintaan ini merujuk penelitian Shofiatun, Prabowo, & Hastuti (2017), yang menggunakan atribut harga cabai merah keriting, harga cabai merah besar, harga bawang merah, jumlah penduduk, dan pendapatan. Adapun kerangka pemikiran disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka pemikiran analisis preferensi, pola konsumsi, & permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung tahun 2024

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu diduga harga cabai itu sendiri (merah, hijau, dan rawit), harga barang komplementer (tomat, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng), pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan suku berpengaruh terhadap tingkat permintaan rumah tangga dalam membeli cabai merah, cabai rawit, dan cabai hijau di Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian *survei*. Metode *survei* merupakan metode pendekatan secara kuantitatif yang berguna untuk memperoleh data masa kini atau masa lampau. Data yang didapatkan merupakan sampel dimana dapat mewakili dari populasi yang ada. Umumnya, metode ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara langsung kepada responden dengan menyusun kuesioner yang tidak dilakukan secara mendalam, sehingga hasil yang didapatkan cenderung untuk digeneralisasikan. Apabila sampel yang digunakan representatif, maka hasil generalisasi dapat akurat (Sugiyono, 2013).

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional membahas tentang pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data yang kemudian akan dilakukan analisis selaras dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Konsep dasar dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Cabai merah merupakan jenis cabai besar berwarna merah dengan bentuk tabung yang panjang dan bagian ujungnya melancip. Cabai merah meliputi cabai merah besar dan cabai merah keriting.

Cabai hijau merupakan jenis cabai merah yang masih dalam kondisi muda sehingga berwarna hijau. Cabai jenis ini dipanen dini dan memiliki bentuk

tabung yang panjang dengan bagian ujungnya meruncing. Komoditas cabai hijau meliputi cabai hijau besar dan cabai hijau keriting.

Cabai rawit merupakan jenis cabai berukuran kecil dan bagian ujungnya berbentuk lancip. Cabai jenis ini ada yang berwarna hijau dan berwarna orange/merah. Komoditas cabai rawit meliputi rawit hijau dan rawit caplak.

Konsumen merupakan rumah tangga yang menggunakan pendapatannya untuk membeli, memakai, menghabiskan, dan mengevaluasi terhadap komoditas cabai

Preferensi merupakan suatu sikap kesadaran yang ditunjukkan oleh konsumen dalam memilih cabai sesuai atribut yang paling ia sukai. Preferensi dapat diukur melalui atribut-atribut yang mewakili komoditas cabai dengan menggunakan metode analisis konjoin.

Atribut konjoin merupakan suatu karakteristik yang melekat pada komoditas cabai. Atribut ini memengaruhi preferensi rumah tangga dalam membeli cabai. Adapun atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis, warna, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran.

Pola konsumsi merupakan bentuk atau susunan dari kebutuhan rumah tangga terhadap cabai yang ia konsumsi sesuai pendapatannya dalam waktu tertentu. Hal ini dilihat dari jenis cabai yang dibeli, jumlah konsumsi cabai, frekuensi pembelian, frekuensi konsumsi, tempat pembelian, dan tujuan mengonsumsi.

Permintaan cabai merupakan banyaknya jumlah cabai merah, hijau, dan rawit yang diminta oleh rumah tangga dalam tingkat harga tertentu selama satu bulan. Permintaan ini dihitung dengan dengan satuan kg/bulan.

Variabel yang memengaruhi permintaan cabai merupakan kumpulan dari berbagai variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai

di pasaran. Variabel-variabel tersebut diantaranya harga cabai merah (X1), harga cabai hijau (X2), harga cabai rawit (X3), harga tomat (X4), harga bawang merah (X5), harga bawang putih (X6), harga minyak goreng (X7), pendapatan rumah tangga (X8), jumlah anggota keluarga (X9), dan suku (d1).

Batasan operasional dari beberapa atribut yang akan diukur dalam penelitian ini berhubungan dengan preferensi, pola konsumsi, dan permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Batasan operasional variabel yang berhubungan dengan preferensi, pola konsumsi, dan permintaan cabai

No	Variabel	Definisi	Pengukuran/Satuan
A. Atribut preferensi :			
1	Warna	merupakan rona yang terlihat dari cabai.	<ul style="list-style-type: none"> - Cabai merah yaitu merah tua dan merah terang - Cabai hijau yaitu hijau tua dan hijau terang - Cabai rawit yaitu hijau dan orange/merah
2	Jenis	merupakan ciri yang menggambarkan bentuk cabai.	<ul style="list-style-type: none"> - Cabai merah meliputi : cabai merah besar cabai merah keriting - Cabai hijau meliputi : cabai hijau besar cabai hijau keriting - Cabai rawit meliputi : cabai rawit hijau cabai rawit caplak
3	Harga	merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan cabai.	<ul style="list-style-type: none"> - Cabai merah, dibagi: < Rp65.000/kg Rp65.000 – Rp75.000/kg > Rp75.000/kg - Cabai hijau, dibagi: < Rp20.000/kg Rp20.000 – Rp30.000/kg > Rp30.000/kg - Cabai rawit, dibagi: < Rp60.000/kg Rp60.000 – Rp70.000/kg > Rp70.000/kg

4	Tingkat kepedasan	merupakan cita rasa pedas yang dapat ditimbulkan dari mengonsumsi cabai.	- Pedas - Kurang pedas
5	Tingkat kesegaran	merupakan performa kesegaran dari cabai.	- Segar - Kurang segar
<hr/>			
B. Pola konsumsi			
6.	Tujuan mengonsumsi	merupakan kegiatan yang dilakukan dari penggunaan cabai	- Sambal - Bumbu masak
7.	Jumlah konsumsi	banyaknya jumlah cabai yang dikonsumsi oleh rumah tangga.	kg/bulan
8.	Jenis	ragam cabai yang sering dibeli dan dikonsumsi rumah tangga.	- Cabai merah (besar/keriting) - Cabai hijau (besar/keriting) - Cabai rawit (hijau/caplak)
9.	Frekuensi pembelian	berapa kali rumah tangga membeli cabai dalam kurun waktu satu bulan.	x kali/bulan
10.	Frekuensi konsumsi	berapa kali rumah tangga mengonsumsi cabai dalam waktu sehari	x kali/hari
11.	Tempat pembelian	merupakan lokasi pembelian cabai.	- Pasar - Supermarket - Warung - Penjual keliling
<hr/>			
C. Variabel permintaan			
12.	Harga cabai merah (X1)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh cabai merah (cabai merah adalah barang substitusi untuk cabai hijau dan rawit).	Rp/kg
<hr/>			

13.	Harga cabai hijau (X2)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh cabai hijau (cabai hijau merupakan barang substitusi untuk cabai merah dan cabai rawit).	Rp/kg
14.	Harga cabai rawit (X3)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh cabai rawit (cabai rawit merupakan barang substitusi untuk cabai merah dan cabai hijau).	Rp/kg
15.	Harga tomat (X4)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh tomat (tomat merupakan barang komplementer untuk cabai).	Rp/kg
16.	Harga bawang merah (X5)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh bawang merah (bawang merah merupakan barang komplementer untuk cabai).	Rp/kg
17.	Harga bawang putih (X6)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh bawang putih (bawang putih merupakan barang komplementer untuk cabai).	Rp/kg
18.	Harga minyak goreng (X7)	sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh minyak goreng (minyak goreng merupakan barang komplementer untuk cabai).	Rp/liter

19.	Pendapatan rumah tangga (X8)	Penghasilan dari seluruh anggota rumah tangga yang diperoleh dari berbagai sumber untuk keperluan rumah tangga.	Rp/bulan
20.	Jumlah anggota keluarga (X9)	banyaknya orang yang menjadi tanggungan dalam rumah tangga.	Orang
21.	Suku (D1)	etnis yang dimiliki oleh ibu rumah tangga	- Lampung - Selain Lampung

C. Lokasi, Sampel dan Waktu Penelitian

1. Lokasi dan Sampel Penelitian

Adapun dalam penelitian ini, penentuan lokasi menggunakan *multistage sampling* dengan sampel yang dipilih secara *purposive*, diawali dari penentuan kota/kabupaten, kecamatan, kelurahan, dan penentuan jumlah sampel yang akan diteliti. Masing-masing tahapan akan dijabarkan dalam penjelasan sebagai berikut.

a. Penentuan Kota/Kabupaten

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung dengan pemilihan lokasi secara sengaja (*purposive*) atas pertimbangan bahwa Kota Bandar Lampung merupakan wilayah strategis sebab menjadi daerah transit perekonomian antara Pulau Sumatera dengan Pulau Jawa. Kota Bandar Lampung juga memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.209.937 jiwa berdasarkan data BPS tahun 2022. Selain itu, menurut data Badan Pusat Statistik (2020), Kota Bandar Lampung berada pada peringkat teratas untuk pengeluaran rata-rata per kapita per bulan (Rp) dalam kelompok makanan. Kota ini juga menjadi pusat dari Provinsi Lampung. Oleh karena hal tersebut, masyarakat di kota ini cenderung memiliki pendapatan, gaya hidup, dan pola konsumsi yang beragam sehingga cocok dijadikan sebagai lokasi penelitian mengenai

preferensi, pola konsumsi, dan permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

b. Penentuan Kecamatan

Dalam penelitian ini, penentuan lokasi kecamatan dilakukan secara *purposive* yang dibedakan atas dua kelompok yakni masyarakat kelas menengah atas dan menengah bawah. Hal ini karena kedua kelompok masyarakat tersebut dapat mewakili masyarakat Kota Bandar Lampung secara keseluruhan. Menurut data BPS (2021), wilayah Sukarame mewakili kelas menengah atas, hal ini karena wilayah ini memiliki penduduk sebanyak 67.725 jiwa dengan jumlah penduduk yang kurang sejahtera sebanyak 1.711 orang, sehingga presentase penduduk kurang sejahtera tersebut sebesar 2,52 persen. Berbeda dari wilayah Sukarame, daerah Teluk Betung Selatan mewakili kelas menengah bawah, hal ini karena wilayah ini memiliki jumlah penduduknya sebanyak 42.870 jiwa dengan 3.524 orang yang masuk ke dalam kategori penduduk kurang sejahtera sehingga presentase penduduk kurang sejahtera lebih besar dari wilayah Sukarame yakni 8,22 persen.

c. Penentuan Kelurahan

Penentuan lokasi kelurahan dalam penelitian ini juga secara *purposive* yang didasarkan atas dua kelompok seperti penentuan lokasi kecamatan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak instansi Kecamatan Sukarame dan Kecamatan Teluk Betung Selatan, dapat diketahui bahwa kelurahan yang mewakili kelas atas adalah Kelurahan Sukarame dan Kelurahan Way Dadi sedangkan kelurahan yang mewakili kelas bawah adalah Kelurahan Pesawahan dan Kelurahan Gunung Mas. Menurut data BPS tahun 2022, Kelurahan Sukarame memiliki jumlah penduduk sebanyak 23.045 jiwa, Kelurahan Way Dadi sebanyak 13.150 jiwa, Kelurahan Pesawahan sebanyak 11.841 jiwa dan Kelurahan Gunung Mas sebanyak 3.148

jiwa. Dengan demikian, jumlah keseluruhan penduduk adalah 51.184 jiwa.

d. Penentuan Sampel

Tahap selanjutnya yakni penentuan jumlah sampel dari banyaknya rumah tangga yang diambil. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan menggunakan rumus *Stanley Lemeshow* (Zamrodah, 2021), yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{N \cdot Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N-1) + Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (jumlah rumah tangga)

p = perkiraan proporsi maksimal (0,5)

q = 1-p

d = presisi absolut (10%)

$Z_{1-\alpha/2}$ = Statistik Z ($z = 1,65$ untuk $\alpha = 0,1$)

$$n = \frac{51.184 \times 1,65^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2(51.184-1) + 1,65^2 \times 0,5 \times (1-0,5)} \dots\dots\dots(2)$$

n = 67,9 (dibulatkan menjadi 70)

Berdasarkan perhitungan dari populasi tersebut, maka didapati sebanyak 70 sampel rumah tangga di Kota Bandar Lampung yang kemudian dibagi ke dalam proporsi 35 sampel kelas atas (Kecamatan Sukarame) dan 35 sampel kelas bawah (Kecamatan Teluk Betung Selatan). Pembagian 35 sampel di wilayah Kecamatan Teluk Betung Selatan dibagi atas 17 responden wilayah Kelurahan Gunung Mas dan 18 responden wilayah Kelurahan Pesawahan, sedangkan 35 sampel lainnya yang berada di Kecamatan Sukarame dibagi ke wilayah Kelurahan Waydadi sebanyak 17 responden dan Kelurahan Sukarame sebanyak 18 responden. Pengambilan sampel dipilih dalam jumlah yang sudah ditentukan dan secara sengaja (*purposive*) berada dalam satu lingkup pemukiman, hal ini dilakukan agar memudahkan dalam

pengambilan data yang dibutuhkan. Keputusan lokasi dari sampel tersebut, ditentukan dengan pertimbangan telah mewakili daerah penelitian kelas atas dan bawah. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan metode *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018), artinya setiap orang yang berada dalam populasi mempunyai kesempatan untuk dapat dipilih menjadi responden. Adapun ketentuan yang diterapkan adalah: (1) ibu rumah tangga dan (2) rumah tangga tersebut pernah membeli dan mengonsumsi cabai baik itu cabai merah, cabai hijau, atau cabai rawit. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan dengan mendatangi dan mewawancarai secara langsung rumah yang memenuhi kriteria seperti yang sudah disebutkan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu yang diperlukan dalam melakukan pengumpulan data penelitian “Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung” yakni pada bulan November-Desember 2023. Waktu tersebut merupakan lamanya hari yang dibutuhkan selama proses pengambilan data di lapangan. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Lamanya waktu pengambilan data antara satu tempat dengan tempat lainnya tidak sama, hal ini karena adanya perbedaan dalam mewawancarai responden.

D. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung. Data ini diperoleh saat melakukan wawancara menggunakan kuesioner secara langsung kepada rumah tangga di Kota Bandar Lampung, sehingga data yang dihasilkan akan bersifat *up to date* atau terkini. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari mempelajari dan

mengamati sumber pustaka atau instansi terkait penelitian, baik itu wilayah kabupaten maupun provinsi yang berkaitan dengan penelitian yang diambil. Umumnya, data sekunder berbentuk laporan tertulis.

E. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis konjoin untuk menjawab pertanyaan preferensi rumah tangga terhadap cabai, analisis deskriptif kuantitatif untuk menjawab pola konsumsi rumah tangga, dan *metode Ordinary Least Square (OLS)* serta *Seemingly Unrelated Regression (SUR)* untuk menjawab pertanyaan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumen rumah tangga dalam membeli cabai.

1. Analisis Preferensi Rumah Tangga Terhadap Cabai

a. Analisis konjoin

Metode analisis konjoin merupakan metode yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama terkait preferensi rumah tangga terhadap atribut cabai. Analisis konjoin menjadi salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen dimana penerapannya cukup banyak seperti dalam bidang pemasaran, transportasi, dan lingkungan hidup (Syahrir, Taridala, & Bahari, 2015). Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis konjoin menurut Supranto (2006) yakni sebagai berikut.

1) Menentukan perancangan atribut

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini diawali dengan mengetahui atribut apa saja yang diidentifikasi dan dianggap paling relevan berdasarkan penelitian terdahulu. Terdapat lima atribut yang digunakan dalam upaya mengetahui preferensi rumah tangga terhadap cabai yakni warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran.

2) Penentuan atribut dan level

Pada bagian penentuan atribut dan level, setiap atribut diberi tingkatan masing-masing sehingga dapat membentuk stimulus. Pada atribut harga, level yang tertera untuk harga disesuaikan dengan harga cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit yang berlaku di pasar, hal ini penting dijelaskan karena mengingat cabai menjadi barang yang paling sering mengalami fluktuasi. Pada bulan November – Desember 2023 harga terendah untuk cabai merah yakni sebesar Rp62.000,00 dan harga tertinggi sebesar Rp80.000,00 pada cabai hijau harga terendah yakni sebesar Rp18.000,00 dan harga tertinggi sebesar Rp35.000,00 sedangkan untuk cabai rawit harga terendah yakni sebesar Rp55.000,00 dan tertinggi sebesar Rp72.000,00. Berdasarkan hal tersebut, level atribut harga dibagi atas 3 kelas yakni rendah, sedang, dan tinggi. Untuk setiap level atribut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Atribut dan level atribut cabai merah, hijau dan rawit

Atribut	Level Atribut		
	Cabai Merah	Cabai Hijau	Cabai Rawit
Warna	1. Merah terang 2. Merah tua	1. Hijau terang 2. Hijau tua	1. Hijau 2. Merah
Jenis	1. Keriting 2. Besar	1. Keriting 2. Besar	1. Rawit hijau 2. Cabai caplak
Harga/kg (Rp/kg)	1. rendah (< 65.000) 2. sedang (65.000 – 75.000) 3. tinggi (>75.000)	1. rendah (< 20.000) 2. sedang (20.000- 30.000) 3. tinggi (> 30.000)	1. rendah (< 60.000) 2. sedang (60.000 – 70.000) 3. tinggi (>70.000)
Tingkat kepedasan	1. Pedas 2. Kurang pedas	1. Pedas 2. Kurang pedas	1. Pedas 2. Kurang pedas
Tingkat kesegaran	1. Segar 2. Kurang segar	1. Segar 2. Kurang segar	1. Segar 2. Kurang segar

3) Pembentukan Stimuli

Setelah terbentuk level pada masing-masing atribut, maka dilanjutkan dengan menggunakan metode *full profile* (kombinasi

lengkap) dan dievaluasi hasil stimuli dengan *fractional factorial design* agar jumlah stimuli dapat direduksi. Stimuli merupakan kombinasi antara atribut dengan level atribut (Sumargo dan Wardoyo, 2008). Adapun kombinasi dalam penelitian ini yang dapat dibentuk dari warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran yakni $2 \times 2 \times 3 \times 2 \times 2 = 48$ kombinasi/stimuli per jenis cabai, hal ini karena preferensi dari ketiga jenis cabai dianalisis secara masing-masing. Oleh karena stimuli atau hasil kombinasi terlalu banyak, maka perlu disederhanakan dengan prosedur orthogonal menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penyederhanaan kombinasi yang diperoleh tertera pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil prosedur orthogonal cabai merah, hijau, dan rawit

Atribut Cabai Merah					
Warna	Jenis	Harga	Tingkat Kepedasan	Tingkat Kesegaran	Stimuli
merah terang	keriting	rendah	pedas	Segar	1
merah tua	besar	rendah	kurang pedas	kurang segar	2
merah tua	besar	rendah	pedas	Segar	3
merah terang	besar	tinggi	kurang pedas	Segar	4
merah terang	besar	sedang	pedas	kurang segar	5
merah tua	keriting	sedang	kurang pedas	Segar	6
merah terang	keriting	rendah	kurang pedas	kurang segar	7
merah tua	keriting	tinggi	pedas	kurang segar	8
Atribut Cabai Hijau					
hijau tua	besar	rendah	kurang pedas	kurang segar	1
hijau tua	besar	rendah	pedas	Segar	2
hijau terang	besar	sedang	kurang pedas	Segar	3
hijau terang	besar	tinggi	pedas	kurang segar	4
hijau terang	keriting	rendah	pedas	Segar	5
hijau terang	keriting	rendah	kurang pedas	kurang segar	6
hijau tua	keriting	tinggi	kurang pedas	Segar	7
hijau tua	keriting	sedang	pedas	kurang segar	8
Atribut Cabai Rawit					
Merah	hijau	sedang	pedas	kurang segar	1
Hijau	caplak	rendah	pedas	kurang segar	2
Hijau	hijau	tinggi	kurang pedas	kurang segar	3
Hijau	caplak	sedang	kurang pedas	Segar	4
Merah	caplak	tinggi	pedas	Segar	5
Merah	hijau	rendah	kurang pedas	Segar	6
Merah	caplak	rendah	kurang pedas	kurang segar	7
Hijau	hijau	rendah	pedas	Segar	8

Merujuk Tabel 7. dapat diketahui bahwa prosedur orthogonal menghasilkan delapan kombinasi yang memiliki level berbeda di setiap atribut. Adanya hal ini diharapkan mempermudah rumah tangga dalam melakukan evaluasi terhadap preferensi pembelian.

4) Skala pengukuran

Tahap ini digunakan untuk mengetahui interval dari alat ukur pada kuesioner agar data yang diperoleh kuantitatif sehingga dapat dianalisis. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan skala 1 sampai 5 yang akan menggambarkan hasil dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Skala likert dalam penelitian disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Skala likert

Simbol	Keterangan	Bobot
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
KS	Kurang setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

5) Estimasi Model

Langkah selanjutnya yakni mengolah kombinasi atribut (stimuli) yang diperoleh dari data responden, dimana ini dilakukan untuk mengetahui nilai kegunaan dari tiap level atribut dan nilai kepentingan relatif dari tiap atribut. Model dasar yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\mu(x) = a_0 + a_{1j} X_{1j} + a_{2j} X_{2j} + a_{3j} X_{3j} + a_{4j} X_{4j} + a_{5j} X_{5j}$$

Keterangan :

$\mu(x)$ = utilitas dari setiap stimuli cabai x

a_0 = konstanta atau total utilitas dari seluruh atribut

a_{1j} = utilitas dari atribut warna pada level ke-j

- a_{2j} = utilitas dari atribut jenis pada level ke-j
 a_{3j} = utilitas dari atribut harga pada level ke-j
 a_{4j} = utilitas dari atribut tingkat kepedasan pada level ke-j
 a_{5j} = utilitas dari atribut tingkat kesegaran pada level ke-j
 X_{1j} = bernilai 1 jika atribut warna & level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{2j} = bernilai 1 jika atribut jenis & level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{3j} = bernilai 1 jika atribut harga & level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{4j} = bernilai 1 jika atribut tingkat kepedasan & level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{5j} = bernilai 1 jika atribut tingkat kesegaran dan level ke-j terjadi, 0 lainnya

6) Interpretasi Hasil

Terakhir, melakukan interpretasi hasil dengan menggunakan estimasi *part-worth*. Dari estimasi ini diperoleh hasil jika semakin tinggi *part-worth*, baik itu positif maupun negatif, maka dampak terhadap utilitas secara keseluruhan semakin besar. Keakurasian yang dihasilkan dari hasil analisis dapat dilihat pada besarnya nilai koefisien korelasi. Jika nilai *Pearson's R* dan nilai *Kendall'S Tau* berada di bawah $\alpha=0,05$, maka model yang digunakan akurat atau tepat. Selain itu, jika hasil menunjukkan berbeda nyata maka pengolahan data sudah cukup baik.

Berdasarkan analisis konjoin dengan skala likert tersebut, maka sebelum menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hal ini karena skala likert masuk ke dalam variabel ordinal yang memiliki nilai dan dapat diurutkan, namun perbedaan antara nilai tersebut tidak bisa diukur secara kuantitatif, sehingga setiap pernyataan kuesioner perlu dilakukan kedua uji untuk memastikan skala likert yang digunakan telah memberikan hasil yang valid dan konsisten (Sugiyono, 2013).

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat ketepatan atau kecermatan dari alat yang mengukur objek penelitian. Uji validitas dapat dinyatakan sah jika setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dari isi kuesioner tersebut. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan bantuan software sehingga memiliki kriteria sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen penelitian valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen penelitian tidak valid.

Selain itu, apabila nilai validitas dari masing-masing butir pertanyaan lebih besar dari 0,3, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid atau sah (Sugiyanto, 2016).

Reliabilitas merupakan faktor penting untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur, apakah dapat menganalisis, mendesain, dan melaporkan hasil penelitian secara konsisten jika terjadi pengulangan alat ukur tersebut (Budhiastuti & Bandur, 2018). Uji reliabilitas menjadi indeks yang dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dapat diandalkan. Uji ini digunakan dalam proses pengumpulan data dan menunjukkan apakah hasil tersebut reliabel atau tidak. Uji reliabilitas ini dapat dilakukan dengan analisis *Cronbach' Alpha*, dimana jika nilainya lebih besar dari nilai signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa peubah tersebut konsisten dalam mengukur atau reliabel. Nilai signifikansi tersebut dapat bernilai 0,5, 0,6 hingga 0,7 tergantung dalam kebutuhan penelitian yang digunakan. Adapun kriteria pengujian reliabilitas menurut Darma (2021), yakni sebagai berikut.

- Jika r hitung $>$ taraf sig, maka instrumen dinyatakan reliabel.
- Jika r hitung $<$ taraf sig, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel

Berdasarkan keterangan yang sudah dijelaskan, kedua uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dari kuisisioner yang diberikan kepada responden. Merujuk dari keterangan tersebut,

dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS. Jika tiap butir pertanyaan menunjukkan nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel (0,391), maka hasil pengujian dikatakan valid dan sah, sedangkan jika nilai *Cronbach'Alpha* yang diperoleh dari analisis konjoin lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian dikatakan reliabel. Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas untuk 30 sampel rumah tangga.

Tabel 9. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Kombinasi Atribut	r-hitung	Keterangan
Cabai merah		
1. Merah terang, Keriting, Rendah, Pedas, Segar	0,481	Valid
2. Merah tua, Besar, Rendah, Kurang pedas, Kurang segar	0,529	Valid
3. Merah tua, Besar, Rendah, Pedas, Segar	0,481	Valid
4. Merah terang, Besar, Tinggi, Kurang pedas, Segar	0,455	Valid
5. Merah terang, Besar, Sedang, Pedas, Kurang segar	0,615	Valid
6. Merah tua, Keriting, Sedang, Kurang pedas, Segar	0,534	Valid
7. Merah terang, Keriting, Rendah, Kurang pedas, Kurang segar	0,757	Valid
8. Merah tua, Keriting, Tinggi, Pedas, Kurang segar	0,705	Valid
<i>Cronbach'Alpha</i>	0,714	Reliabel
Cabai hijau		
1. Hijau tua, Besar, Rendah, Kurang pedas, Kurang segar	0,655	Valid
2. Hijau tua, Besar, Rendah, Pedas, Segar	0,781	Valid
3. Hijau terang, Besar, Sedang, Kurang pedas, Segar	0,424	Valid
4. Hijau terang, Besar, Tinggi, Pedas, Kurang segar	0,588	Valid
5. Hijau terang, Keriting, Rendah, Pedas, Segar	0,655	Valid
6. Hijau terang, Keriting, Rendah, Kurang pedas, Kurang segar	0,419	Valid
7. Hijau tua, Keriting, Tinggi, Kurang pedas, Segar	0,454	Valid
8. Hijau tua, Keriting, Sedang, Pedas, Kurang segar	0,719	Valid
<i>Cronbach'Alpha</i>	0,709	Reliabel
Cabai rawit		
1. Merah, Hijau, Sedang, Pedas, Kurang segar	0,386	Valid
2. Hijau, Caplak, Rendah, Pedas, Kurang segar	0,459	Valid
3. Hijau, Hijau, Tinggi, Kurang pedas, Kurang segar	0,807	Valid
4. Hijau, Caplak, Sedang, Kurang pedas, Segar	0,512	Valid
5. Merah, Caplak, Tinggi, Pedas, Segar	0,427	Valid
6. Merah, Hijau, Rendah, Kurang pedas, Segar	0,740	Valid
7. Merah, Caplak, Rendah, Kurang pedas, Kurang segar	0,780	Valid
8. Hijau, Hijau, Rendah, Pedas, Segar	0,543	Valid
<i>Cronbach'Alpha</i>	0,736	Reliabel

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 9. didapatkan nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel (0,391), ini artinya semua kombinasi atribut yang digunakan dalam penelitian valid atau sah. Merujuk pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner sudah layak digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2018). Pada Tabel 9. juga, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach' Alpha* dari ketiga cabai lebih besar dari 0,6, yang artinya instrumen dalam kuesioner telah reliabel. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Sugiyono (2018), yang menyatakan bahwa jika nilai tersebut lebih besar dari 0,6 maka instrumen kuesioner sudah layak digunakan dalam penelitian.

2. Pola Konsumsi Cabai

Untuk menjawab tujuan kedua terkait pola konsumsi, digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yakni dengan cara mendeskripsikan bagaimana pola konsumsi rumah tangga terhadap cabai merah, hijau dan rawit di Kota Bandar Lampung. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menjelaskan, menggambarkan, dan menginterpretasikan data atau keadaan, sedangkan analisis kuantitatif adalah menarik kesimpulan dengan angka-angka (Listiani, 2017). Berdasarkan hal tersebut, analisis deskriptif kuantitatif merupakan metode pencatatan dengan menggunakan angka untuk dapat menginterpretasikan dan menggambarkan pola konsumsi cabai rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

Dalam penerapannya, setiap rumah tangga tentu memiliki perbedaan terkait pola konsumsinya masing-masing. Hal ini disesuaikan dengan tingkat pendapatan, kebutuhan, dan selera yang dimiliki rumah tangga di Kota Bandar Lampung. Kebiasaan dalam melakukan konsumsi menjadi indikator yang menunjukkan tingkat kesejahteraan dari rumah tangga dalam melakukan pembelian. Hal ini terjadi karena melalui pola tersebut

akan terlihat seberapa besar tingkat pendapatan yang diperoleh rumah tangga dan seberapa besar tingkat pengeluaran yang dihabiskan oleh rumah tangga. Secara rinci, aspek yang diidentifikasi terkait pola konsumsi cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Aspek-aspek pola konsumsi cabai di Kota Bandar Lampung, tahun 2024

Aspek	Ukuran		
	Cabai Merah	Cabai Hijau	Cabai Rawit
Tujuan mengonsumsi	1. Sambal 2. Bumbu masakan	1. Sambal 2. Bumbu masakan	1. Sambal 2. Bumbu masakan
Jumlah konsumsi	kg/bulan	kg/bulan	kg/bulan
Jenis	1. Cabai merah besar 2. Cabai merah keriting	1. Cabai hijau besar 2. Cabai hijau keriting	1. Cabai rawit hijau 2. Cabai rawit caplak
Frekuensi pembelian	x kali/bulan	x kali/bulan	x kali.bulan
Frekuensi konsumsi	x kali/hari	x kali/bulan	x kali/hari
Tempat pembelian	1. Pasar 2. Supermarket 3. Warung 4. Penjual keliling	1. Pasar 2. Supermarket 3. Warung 4. Penjual keliling	1. Pasar 2. Supermarket 3. Warung 4. Penjual keliling

Ukuran yang digunakan dalam Tabel 10 merupakan ukuran yang paling sering dijadikan sebagai acuan dalam penelitian. Oleh karena hal tersebut, untuk memudahkan penelitian ini, pembelian yang dilakukan oleh setiap ibu rumah tangga yang dijadikan sebagai responden akan diakumulasi sesuai dengan batasan operasional pada Tabel 10.

3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai

Untuk menjawab tujuan ketiga terkait faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai dicoba dengan menggunakan model analisis *Ordinary Least Square* (OLS) dan *Seemingly Unrelated Regression* (SUR). Pengujian dilakukan dengan menggunakan kedua metode agar dapat

melihat ketepatan penggunaan model. Adapun penjelasan secara rinci mengenai kedua model analisis yakni sebagai berikut.

a. Metode OLS

Metode OLS merupakan uji yang digunakan pada analisis regresi linear berganda, dimana terdapat dua variabel inti yakni variabel independen (bebas) dan dependen (terikat). Pada metode OLS ini, estimator-estimator yang diperoleh harus memenuhi syarat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Analisis menggunakan metode ini dapat dilakukan apabila terdiri dari minimal dua variabel bebas. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga cabai merah, harga cabai hijau, harga cabai rawit, harga tomat, harga bawang merah, harga bawang putih, harga minyak goreng, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, dan suku, namun variabel terikat yang dicari tidak hanya satu melainkan tiga yakni permintaan cabai merah, permintaan cabai hijau, dan permintaan cabai rawit. Berikut adalah model umum persamaan dalam penelitian ini.

$$\ln Y_{\mu t} = \beta_{\mu 0} + \beta_{\mu 1} \ln X_1 + \beta_{\mu 2} \ln X_2 + \beta_{\mu 3} \ln X_3 + \beta_{\mu 4} \ln X_4 + \beta_{\mu 5} \ln X_5 + \beta_{\mu 6} \ln X_6 + \beta_{\mu 7} \ln X_7 + \beta_{\mu 8} \ln X_8 + \beta_{\mu 9} \ln X_9 + \beta_{\mu 10} \ln d_1 + \mu$$

Asumsi :

$$\mu = 1, 2, 3, 4, \dots, M$$

$$t = 1, 2, 3, 4, \dots, T$$

Keterangan :

M = Jumlah persamaan (Model 1, 2, dan 3)

T = Jumlah observasi

Model persamaan 1 :

$$\ln Y_{1t} = \ln \alpha_{1t} + \beta_{11} \ln X_1 + \beta_{12} \ln X_2 + \beta_{13} \ln X_3 + \beta_{14} \ln X_4 + \beta_{15} \ln X_5 + \beta_{16} \ln X_6 + \beta_{17} \ln X_7 + \beta_{18} \ln X_8 + \beta_{19} \ln X_9 + \beta_{110} \ln d_1 + \mu$$

Model persamaan 2 :

$$\ln Y_{2t} = \ln \alpha_{2t} + \beta_{21} \ln X_1 + \beta_{22} \ln X_2 + \beta_{23} \ln X_3 + \beta_{24} \ln X_4 + \beta_{25} \ln X_5 \\ + \beta_{26} \ln X_6 + \beta_{27} \ln X_7 + \beta_{28} \ln X_8 + \beta_{29} \ln X_9 + \beta_{210} \ln d_1 + \mu$$

Model persamaan 3 :

$$\ln Y_{3t} = \ln \alpha_{3t} + \beta_{31} \ln X_1 + \beta_{32} \ln X_2 + \beta_{33} \ln X_3 + \beta_{34} \ln X_4 + \beta_{35} \ln X_5 \\ + \beta_{36} \ln X_6 + \beta_{37} \ln X_7 + \beta_{38} \ln X_8 + \beta_{39} \ln X_9 + \beta_{310} \ln d_1 + \mu$$

Keterangan:

Y_{1t} = Permintaan cabai merah (kg/bulan)

Y_{2t} = Permintaan cabai hijau (kg/bulan)

Y_{3t} = Permintaan cabai rawit (kg/bulan)

α = Intersept

$\beta_{\mu i}$ = Koefisien regresi parameter yang ditaksir ($I = 1 - 11$)

X_1 = Harga cabai merah (Rp/kg)

X_2 = Harga cabai rawit (Rp/kg)

X_3 = Harga cabai hijau (Rp/kg)

X_4 = Harga tomat (Rp/kg)

X_5 = Harga bawang merah (Rp/kg)

X_6 = Harga bawang putih (Rp/kg)

X_7 = Harga minyak goreng (Rp/liter)

X_8 = Pendapatan rumah tangga (Rp/Bulan)

X_9 = Jumlah anggota keluarga (Orang)

d_1 = Suku

0 : Selain Lampung

1 : Lampung

μ = Kesalahan acak

Merujuk dari ketiga model persamaan yang sudah dituliskan, maka pada metode OLS ini ketiga permintaan yakni cabai merah, hijau, dan rawit dianalisis secara sendiri-sendiri, sehingga masing-masing persamaan harus dimasukkan ke dalam eviews untuk mengetahui hasil data yang sesuai dengan syarat BLUE. Pada metode OLS terdapat beberapa jenis uji diantaranya yakni uji asumsi klasik, signifikansi,

dan koefisien determinasi. Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan sebelum menganalisis data. Uji asumsi klasik yang dilakukan antara lain uji asumsi normalitas, asumsi multikolinearitas, dan asumsi heteroskedastisitas (Gujarati, 2006).

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat ada tidaknya distribusi normal antara variabel dependen dengan variabel independen di dalam model. Selain itu, uji ini juga untuk melihat ada tidaknya distribusi normal pada nilai residual. Pada dasarnya, model dapat dikatakan baik jika memiliki nilai residual normal atau mendekati normal. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam uji normalitas adalah *Jarque - Bera*. Apabila nilai signifikansi *Jarque Bera* $< 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi *Jarque Bera* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal (Ningsih dkk., 2019).

2) Uji Multikolinearitas

Uji asumsi multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Gejala adanya multikolinieritas dapat dilihat dengan adanya variabel - variabel yang memiliki korelasi mendekati sempurna. Apabila hasil uji variabel menunjukkan nilai VIF bernilai >10 , maka dapat dikatakan terjadi multikolinieritas pada model regresi, artinya terdapat hubungan antar variabel bebas (Wardhana dkk., 2022).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi. Pendeteksian dapat dilakukan dengan uji white dan ditentukan dengan melihat nilai *Prob. Chi-Square* pada bagian *Obs*R-squared*. Jika hasil

menunjukkan nilai $> 0,05$ maka data yang dihasilkan tidak memiliki heteroskedastisitas (Yutriani, 2020).

4) Uji F (uji pengaruh secara serempak atau simultan)

Pada hasil uji OLS, terdapat hasil uji F, uji t, dan uji R^2 , namun karena hanya hasil uji F yang tidak ada pada metode SUR, maka penjelasan terkait uji F adalah sebagai berikut. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel - variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, D_1$) secara bersama - sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

a) Uji Hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y.)

$H_a : \text{salah satu } \beta_1 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

b) Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima, jika nilai signifikansi $> 0,10$ (tidak berpengaruh)

H_0 ditolak, jika nilai signifikansi $< 0,10$ (berpengaruh)

b. Pemilihan model terbaik

Pemilihan model terbaik merupakan pemilihan antara model OLS atau model SUR yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan estimasi parameter yang diinginkan. Pemilihan ketepatan model pada penelitian ini diawali dengan mengetahui nilai dari uji silang error yang dihasilkan, dimana jika ditemukan adanya korelasi maka dapat dipastikan bahwa metode SUR merupakan metode terbaik karena dapat memberikan keuntungan dalam hal efisiensi estimasi parameter. Uji silang error dilakukan dengan menguji salah satu persamaan dengan resid dari persamaan dependen yang lain. Pendapat ini sejalan dengan Beasley (2008) yang mengutarakan bahwa penggunaan model SUR dapat dikatakan berhasil jika terdapat gangguan error yang saling berkorelasi antar dua persamaan, sehingga hal ini menunjukkan estimasi model yang tepat adalah SUR. Uji silang error dapat

dikatakan berhasil apabila nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari alpha sebesar 5% (0,05) serta pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan bantuan aplikasi Eviews-12 .

c. Metode SUR

Metode SUR merupakan model regresi yang memiliki korelasi antar persamaan (Beasley, 2008). Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian metode OLS, mengenai faktor-faktor apa saja yang digunakan dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa harga cabai merah, harga cabai hijau, dan harga cabai rawit diasumsikan sebagai harga barang itu sendiri, harga tomat, harga bawang merah, harga bawang putih, dan harga minyak goreng diasumsikan sebagai harga barang lain (komplementer), serta variabel tambahan lain yakni pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan suku. Penentuan terhadap harga barang lain yakni tomat, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng didasarkan atas pertimbangan bahwa cabai sering digunakan dalam proses memasak ataupun membuat sambal sehingga membutuhkan tomat, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng sebagai barang komplementer.

Pada metode SUR, ketiga model persamaan yang tertera pada bagian 3(a) metode OLS, dapat dianalisis secara bersama-sama. Hal ini dapat terjadi karena ketiga variabel terikat (permintaan cabai merah (Y1), permintaan cabai hijau (Y2), dan permintaan cabai rawit (Y3)) dipengaruhi oleh ke-10 variabel bebas yang sama yang sudah disebutkan sebelumnya, sehingga apabila dianalisis dengan metode SUR maka dapat dilakukan dalam satu waktu serentak. Apabila uji SUR telah dilakukan maka hasil yang diperoleh dapat diinterpretasikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adapun hasil uji SUR tersebut adalah sebagai berikut.

1) Uji t (uji pengaruh secara parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel - variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, D_1$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

a) Uji Hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

b) Kriteria Pengambilan Keputusan:

H_0 diterima, jika nilai signifikansi $> 0,10$ (tidak berpengaruh)

H_0 ditolak, jika nilai signifikansi $< 0,10$ (berpengaruh)

2) Uji R^2 (koefisien determinasi)

Uji R^2 digunakan untuk menyatakan proporsi atau persentase dari total variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) (Gujarati & Porter, 2013).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian berjudul “Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Cabai Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung” adalah sebagai berikut.

1. Secara berturut-turut, atribut cabai merah yang paling disukai oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung adalah tingkat kesegaran, tingkat kepedasan, harga, jenis, dan warna dengan level atribut yang disukai rumah tangga yakni segar, pedas, harga paling rendah (<Rp65.000,00), jenis cabai merah keriting, dan warna merah terang. Pada cabai hijau, atribut yang paling disukai secara berturut-turut yakni tingkat kepedasan, harga, tingkat kesegaran, warna, dan jenis dengan level atribut yang dipilih yakni pedas, harga paling rendah (<Rp20.000,00), segar, warna hijau terang, dan jenis cabai hijau keriting, sedangkan pada cabai rawit yang paling disukai secara berturut-turut yakni atribut harga, tingkat kesegaran, tingkat kepedasan, warna, dan jenis dengan level atribut yang disukai yakni harga paling rendah (<Rp60.000,00), segar, pedas, warna hijau, dan jenis cabai rawit hijau.
2. Pola konsumsi cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung menunjukkan bahwa rumah tangga lebih menyukai jenis cabai merah dan hijau keriting serta jenis cabai rawit hijau. Rata-rata konsumsi rumah tangga per bulan sebesar 1,1 kg untuk cabai merah, cabai hijau sebesar

0,319 kg, dan cabai rawit sebesar 1,057 kg, atau untuk cabai merah sebesar 0,275 kg/kapita/bulan, cabai hijau sebesar 0,080 kg/kapita/bulan, dan cabai rawit 0,264 kg/kapita/bulan. Rata-rata pembelian dalam sebulan untuk cabai merah sebanyak 6 kali, cabai hijau 1 kali, dan cabai rawit 7 kali. Rata-rata konsumsi rumah tangga terhadap cabai merah sebanyak 2 kali/sehari, cabai rawit 3 kali/sehari, sedangkan untuk cabai hijau hanya 2 kali/bulan. Konsumsi ini biasanya dalam bentuk sambal ataupun campuran masakan untuk ketiga jenis cabai yakni cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit.

3. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung yaitu variabel jumlah anggota rumah tangga yang berpengaruh terhadap ketiga permintaan cabai, variabel pendapatan rumah tangga dan variabel harga cabai merah yang berpengaruh terhadap permintaan cabai merah dan permintaan cabai rawit, variabel harga tomat yang berpengaruh terhadap permintaan cabai merah dan permintaan cabai hijau, variabel harga cabai merah yang hanya berpengaruh terhadap permintaan cabai merah, dan terakhir variabel cabai hijau yang hanya berpengaruh terhadap permintaan cabai hijau.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil penelitian, atribut preferensi konsumen terhadap cabai yang disukai yakni segar, pedas, harga paling rendah, warnanya terang untuk cabai merah dan hijau sedangkan untuk cabai rawit berwarna hijau, dan jenisnya keriting untuk cabai merah dan hijau sedangkan untuk cabai rawit berjenis rawit hijau. Oleh karena hal tersebut, para produsen disarankan untuk dapat menjaga proses pasca panen agar dapat mempertahankan kualitas dan kesegaran cabai. Selain itu, para pemasar juga disarankan untuk melakukan sortasi atau memisahkan antara cabai dengan kualitas segar dan kurang segar agar cabai tidak terkontaminasi bersama dan membuat cabai lebih tahan lama.

2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa rata-rata konsumsi rumah tangga per bulan sebesar 1,1 kg untuk cabai merah, cabai hijau sebesar 0,319 kg, dan cabai rawit sebesar 1,057 kg, atau untuk cabai merah sebesar 0,275 kg/kapita/bulan, cabai hijau sebesar 0,080 kg/kapita/bulan, dan cabai rawit 0,264 kg/kapita/bulan. Merujuk hasil tersebut dapat diketahui jumlah permintaan konsumen terhadap cabai, tetapi belum diketahui apakah permintaan tersebut tercukupi atau tidak, sehingga disarankan untuk peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lanjutan yang melihat dari sisi produsen, sehingga hasil dapat dibandingkan. Pada penelitian ini juga memiliki kelemahan dalam proses pengambilan sampel, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memperhatikan teknik sampling yang digunakan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada analisis elastisitas harga dan pendapatan untuk cabai merah, hijau, dan rawit, sehingga ini akan membantu memahami bagaimana perubahan harga dan pendapatan mempengaruhi permintaan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, salah satu hasil preferensi rumah tangga terhadap cabai yakni menyukai cabai yang segar. Oleh karena itu, kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah yakni dengan memberikan penyuluhan berupa edukasi kepada para petani dan pemasar terkait teknik panen yang tepat, cara penanganan pasca panen yang baik, serta bagaimana proses sortasi dan grading yang benar agar cabai yang dijual sesuai dengan preferensi atau kesukaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R., Iswarini, H., & Sari, M. 2015. Pengelolaan Produksi Dan Kelayakan Usahatani Cabai Merah Keriting di Kelurahan Seterio Kecamatan Banyuasin Iii Kabupaten Banyuasin. *Societa: Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4(1), 48-53. [Diakses pada 9 Agustus 2023] <https://jurnal.umpalembang.ac.id/societa/article/view/226>.
- Achmad, K., & Iriani S, R. 2023. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 255-262. [Diakses pada 27 Maret 2024]. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/3403>.
- Adiyoga, W., & Nurmalinda, N. 2012. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3): 292-302. [Diakses pada 5 Agustus 2023]. <https://www.neliti.com/publications/84170/analisis-konjoin-preferensi-konsumen-terhadap-atribut-produk-kentang-bawang-merah>.
- Agustina, S., Widodo, P., & Hidayah, H. A. 2014. Analisis Fenetik Kultivar Cabai Besar *Capsicum Annuum* L. Dan Cabai Kecil *Capsicum frutescens* L. *Scripta Biologica*, 1(1), 113-123. [Diakses pada 29 Juli 2023]. <https://journal.bio.unsoed.ac.id/index.php/scribio/article/view/36>.
- Aido, I., Prasmatiwi, F. E., & Adawiyah, R. 2021. Pola Konsumsi Dan Permintaan Beras Tingkat Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(3), 470-476. [Diakses pada 5 Juni 2023]. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5336>.
- Alif, S. M. 2017. *Kiat sukses budidaya cabai rawit*. eBook.com [Diakses pada 27 Juni 2023]. https://books.google.co.id/books?id=2iaeDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Anggraeni, N. T., & Fadlil, A. 2013. Sistem identifikasi citra jenis cabai (*capsicum annum* L.) menggunakan metode klasifikasi city block distance. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 1(2), 409-418. [Diakses pada 6 Juli 2023]. <http://journal.uad.ac.id/index.php/JSTIF/article/view/2265>.

- Asminingsih, F. A. 2017. *Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Dalam Penggunaan Uang Saku Untuk Kebutuhan Pangan (Atribut Selera Konsumen)*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. <https://eprints.umm.ac.id/34949/>. [Diakses pada 22 Juli 2023].
- Astami, M. T. 2018. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Merah Oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Surakarta. *J. Agrista*. 6(3) : 51-61. <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/31106>. [Diakses pada 23 Maret 2024].
- Balqis, Z. N., Abidin, Z., & Situmorang, S. 2022. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kopi Dekafeinasi Ghalkoff di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 10(2), 252-259. [Diakses pada 27 Juli 2023]. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5913/pdf>.
- Beasley TM. 2008. Seemingly Unrelated Regression (SUR) Models as a Solution to Path Analytic Models with Correlated Errors. *Multiple Linear Regression Viewpoints*. 34(1), 1-7. [Diakses pada 20 Agustus 2023]. https://www.glmj.org/archives/MLRV_2008_34_1.pdf#page=3.
- Badan Pusat Statistika. 2020. Rata-rata Pengeluaran Rumah Tangga Perbulan Untuk Makanan di Provinsi Lampung. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung. [Diakses pada 27 Juni 2023]. <https://lampung.bps.go.id/indicator/5/486/1/rata-rata-pengeluaran-rumah-tangga-perbulan-untuk-makanan.html>.
- Badan Pusat Statistika. 2022. *Provinsi Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Jakarta. [Diakses pada 25 Juni 2023]. <https://lampung.bps.go.id/publication/2022/02/25/1a1b1feda4d8e6c095e9481b/provinsi-lampung-dalam-angka-2022.html>.
- Badan Pusat Statistika. 2022. *Kecamatan Sukarame Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung. [Diakses pada 29 Agustus 2023]. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2022/09/26/f063b7c2fb81b12451260049/kecamatan-sukarame-dalam-angka-2022.html>.
- Badan Pusat Statistika. 2022. *Kecamatan Teluk Betung Selatan Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung. [Diakses pada 29 Agustus 2022]. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2022/09/26/9fb8314afc00c4453f9d9daf/kecamatan-teluk-betung-selatan-dalam-angka-2022.html>.
- Badan Pusat Statistika. 2023. *Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Komoditas Cabai di Provinsi Lampung*. Bandar Lampung. [Diakses pada 27 Juni 2023]. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjE3MiMx/rata-rata-konsumsi-dan-pengeluaran-per-kapita-seminggu-menurut-komoditi-makanan-dan-golongan-pengeluaran-per-kapita-seminggu-di-provinsi-lampung--2018-2023.html>.

- Badan Pusat Statistika. 2024. *Provinsi Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Jakarta. [Diakses pada 20 September 2024].
<https://lampung.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/8520af3c58678b072a61386c/provinsi-lampung-dalam-angka-2024.html>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media. Jakarta. [Diakses pada 20 Juli 2023].
https://repo.stikesibnusina.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/147/1686032019154_validitas%20dan%20reliabilitas.pdf?sequence=1.
- Cahyono, B. 2014. *Rahasia Budidaya Cabai Merah Besar dan Keriring Secara Organik dan Anorganik*. Pustaka Mina. Jakarta. [Diakses pada 23 Juli 2023].
- Darma, B. 2021. *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia. Jakarta. Jakarta. [Diakses pada 23 Juni 2023]. <https://play.google.com/books/reader?id=acpLEAAQBAJ&pg=GBS.PA6 &hl=id>.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. BPFE. Yogyakarta. [Diakses pada 22 Juli 2023].
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan. 2020. *Pergeseran Pola Konsumsi Masyarakat Kabupaten Temanggung*. Ditanpangan. Temanggung. [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Edowai, D. N., Kairupan, S., & Rawung, H. 2016. Mutu Cabai Rawit (*Capsicum frutescens* L) Pada Tingkat Kematangan dan Suhu Yang Berbeda Selama Penyimpanan. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 10(1), 12-20. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/agrointek/article/view/2021>. [Diakses pada 19 Agustus 2023].
- Elvira, R. 2015. Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Islamika: Jurnal Ilmu Ilmu Keislaman*, 15(1). [Diakses pada 29 Agustus 2023].
<https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/islamika/article/view/35>.
- Fadhila, A. S., & Dewi, A. S. 2022. Analisis Hubungan antara Financial Literacy dan Financial Distress (Studi Pada Usia Produktif Di Provinsi Bengkulu). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 612-618. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1812>. [Diakses pada 19 Maret 2024].
- Fauza, R., Zakiah, Z., & Kasimin, S. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Komoditi Tomat dan Cabai Merah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(2), 217-229. [Diakses pada 10 September 2023]. https://www.researchgate.net/publication/341122859_Analisis_Pref

erensi_Konsumen_Terhadap_Komoditi_Tomat_dan_Cabai_Merah_di_Kota_Banda_Aceh/citation/download.

- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., & Dewi, I. K. 2021. *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Yayasan Kita Menulis. Jakarta. [Diakses pada 24 Juli 2023].
- Fetra, R., Erfit, E., & Zamzami, Z. 2021. Analisis Produk Tanaman Pangan dan Hortikultura Serta Strategi Pengembangannya di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(3): 589-600. <https://mail.online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/view/12261>. [Diakses pada 25 Agustus 2023]
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775. [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Gujarati, D N. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Penerbit Erlangga. Jakarta. [Diakses pada 16 Juli 2023].
- Gujarati, D.N & Porter, D.C. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika (Edisi 5)*. Salemba Empat. Jakarta Selatan. [Diakses pada 24 Juli 2023].
- Halimaking, R. O., Pudjiastuti, A. Q., & Mutiara, F. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Di Desa Girimoyo Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Fakultas Pertanian*, 5(2). <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/pertanian/article/view/671>. [Diakses pada 22 Maret 2024].
- Iriani, F. 2020. *Fisiologi Pascapanen untuk Tanaman Hortikultura*. CV Budi Utama. Yogyakarta (ID). Jakarta. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=mQ3yDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Iriani,+F.+2020.+Fisiologi+Pascapanen+untuk+Tanaman+Hortikultura.+CV+Budi++Utama.+Yogyakarta+\(ID\).+Jakarta.+&ots=fyTOKMdxdu&sig=BDtafLKIY4cVluNa5E5NmP7OLig](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=mQ3yDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Iriani,+F.+2020.+Fisiologi+Pascapanen+untuk+Tanaman+Hortikultura.+CV+Budi++Utama.+Yogyakarta+(ID).+Jakarta.+&ots=fyTOKMdxdu&sig=BDtafLKIY4cVluNa5E5NmP7OLig). [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Ikrarwati, Sutardi, S., Mayasari, K., & Sugiartini, E. 2018. *Budidaya Cabai di Perkotaan*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) ID. Jakarta. <https://repository.pertanian.go.id/bitstreams/302d600d-5826-4c0a-b5c4-aaf1914fb253/download>. [Diakses pada 15 Juli 2023].
- Khairad, F. 2020. Sektor Pertanian di Tengah Pandemi Covid-19 ditinjau dari Aspek Agribisnis. *Jurnal Agrium*, 2(2): 82-89. <https://www.ojs.uma.ac.id/index.php/agriuma/article/view/4357>. [Diakses pada 22 Agustus 2023].
- Kristiyanti, C., & Siwi, T. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika. Jakarta. [Diakses pada 24 Juli 2023].

- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Prenhalindo. Jakarta. [Diakses pada 20 Juli 2023]
- Kotler, P. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta (Indonesia). [Diakses pada 20 Juni 2023]
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*. Erlangga. Jakarta. [Diakses pada 20 Juni 2023]
- Lestari, W. P. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga PNS guru SD di Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2827>. [Diakses pada 24 Agustus 2023].
- Lestari, A. P. 2019. Pengaruh Konsentrasi Cabai dan Jenis Penstabilan Terhadap Karakteristik Proccrsed Cheese Spreadable. Universitas Pasundan. Bandung. <https://repository.unpas.ac.id/43140/>. [Diakses pada 17 September 2023].
- Listiani, N. M. 2017. Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Produktif Pemasaran Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Tuban. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2): 263. <https://doi.org/10.26740/jepk.v2n2.p263-275>. [Diakses pada 18 Juli 2023]
- Meilin, A. 2014. *Hama dan Penyakit pada Tanaman Cabai serta Pengendaliannya*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jambi. Jambi. [Diakses pada 20 Juni 2023]
- Mufidah, J. E., Hidayat, A. R., & Hidayat, Y. R. 2019. Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 420-427. [Diakses pada 5 Agustus 2023]. https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/16559.
- Munandar, M., Romano, R., & Usman, M. 2017. analisis Faktor-Faktor Permintaan Cabai Merah Di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(3), 80-91. [Diakses pada 27 Maret 2024]. <https://jim.usk.ac.id/JFP/article/view/3752>.
- Munir RT, Sukayat Y, & Hapsari H. 2018. Persepsi konsumen usaha (rumah makan padang) terhadap kualitas dan harga cabai unpad ck5 di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 6(1): 25–30. <https://core.ac.uk/download/pdf/228882303.pdf>. [20 Juli 2024]
- Murti, B. 2002. Penerapan analisis konjoin untuk kebijakan asuransi kesehatan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 5(01). [Diakses pada 7 Agustus 2023]. <https://journal.ugm.ac.id/index.php/jmpk/article/viewFile/2836/2557>

- Mowen, C. J., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
[Diakses pada 20 Juni 2023]
- Nainggolan, Z., & Sihotang, J. 2021. Analisis pengaruh jumlah produksi, nilai tukar dan harga internasional terhadap ekspor tembakau indonesia tahun 1990–2019. *Journal of Economics and Business*, 2(2), 18-28.
<https://jurnal.uhn.ac.id/index.php/ekonomibisnis/article/view/551>.
[Diakses pada 26 Juli 2023].
- Nauli, O. S. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Lokal di Kota Medan. Universitas Sumatera Utara. Medan. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/16237>. [Diakses pada 16 Maret 2024].
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. 2019. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*. 1(1): 43-53. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom/article/view/1742>. [Diakses pada 9 Agustus 2023].
- Novianti, N. 2016. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Besar (*Capsicum Annuum L*) di Kota Tarakan (Studi Kasus: Pasar Gusher Dan Pasar Tenguyun). Universitas Borneo Tarakan. <https://repository.ubt.ac.id/repository/UBT22-06-2022-092358.pdf>. [Diakses pada 27 Agustus 2023].
- Novitasari R. 2018. Studi Pembuatan Pikel Cabai Keriting Utuh (*Capsicum annuum var.glabiusculum*). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 7(1): 33–45. <https://doi.org/10.32520/jtp.v7i1.111>. [18 September 2024].
- Palupi, H., Yulianah, I., dan Respatijart. 2015. Uji Ketahanan 14 Galur Cabai Besar (*Capsicum annum L.*) Terhadap Penyakit Antraknosa (*Colletotrichum spp*) dan Layu Bakteri (*Ralstonia solanecearu*). *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(8), 640-648. [Diakses pada 9 Juli 2023].
<https://www.neliti.com/publications/130738/uji-ketahanan-14-galur-cabai-besar-capsicum-annuum-l-terhadap-penyakit-antraknos>
- Pitaloka, D. 2017. Hortikultura: Potensi, Pengembangan, Dan Tantangan. G-Tech: *Jurnal Teknologi Terapan*, 1(1), 1-4.
- Pramana, H., Khoiriyah, N., & Sudjoni, I. M. N. 2021. Pola Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Buah dan Sayur di Masa Pandemi Covid 19 di Kelurahan Tunggulwulung Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(5). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/13638>. [Diakses pada 18 2023].
- Pranjoto, R. H. 2013. Meningkatkan Daya Saing Industri Di Indonesia Menyongsong Asean Economic Community (AEC) 2015: Pendekatan Manajemen Biaya dan Ekonomika Manajerial. *Jurnal Kompilek*, 5(2), 64-

77. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/kompilek/article/view/51>. [Diakses pada 18 Agustus 2023].
- Prasetya, T., & Partini, P. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah Di Kecamatan Tembilahan. *Jurnal Agribisnis*, 8(1). 26-35. <http://ejournal.unisi.ac.id/index.php/agribisnis/article/download/814/519>. [Diakses pada 20 Agustus 2023].
- Prasetyo, R. 2016. Inventarisasi Penyakit Tanaman Cabai (*Capsicum annum* L.) di Kecamatan Gisting dan Sumberejo Kabupaten Tanggamus Kabupaten Lampung. Universitas Lampung. Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/23908>. [Diakses pada 22 Juli 2023].
- Purnomo, S. 2022. *Teori Ekonomi Mikro (Cetakan 1)*. Widina Bhakti Persada. Bandung. <https://repository.penerbitwidina.com/ms/publications/354715/teori-ekonomi-mikro>. [Diakses pada 25 Juni 2023].
- Qotrunnada, J. N., Rianti, T. S. M., & Sari, D. K. 2024. Perilaku Konsumsi Cabai Rawit di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(4). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/24745>. [Diakses pada 15 September 2024].
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. 2016. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. *Jurnal syarikah: jurnal ekonomi islam*, 2(1). <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/293>. [Diakses pada 20 Juni 2023].
- Rasidin, R., Nuddin, A., & Irmayani, I. 2022. Analisis Permintaan Komoditi Cabai Merah Di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Plantklopedia: Jurnal Sains dan Teknologi Pertanian*, 2(2), 41-55. <https://jurnal.umsrappang.ac.id/plantklopedia/article/view/737>. [Diakses pada 20 Juni 2023].
- Rochaeni, S. 2013. Analisis Persepsi Kesadaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal. UIN Jakarta. Jakarta. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/agribusiness/article/view/5172/3456>. [Diakses pada 18 Juli 2023].
- Sakti, M., Ramadhani, D. A., & Wahyuningsih, Y. Y. 2017. Perlindungan Konsumen terhadap Beredarnya Makanan yang Tidak Bersertifikat Halal. *Jurnal Yuridis*, 2(1), 62-77. <https://ejournal.upnvj.ac.id/Yuridis/article/view/161>. [Diakses pada 19 Juli 2023].
- Sanjaya, A., Hastuti, D., & Awami, S. N. 2018. Faktor-Faktor yang memengaruhi konsumen terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. *Mediagro*, 13(1). <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/Mediagro/article/view/2147>. [Diakses pada 20 Juli 2023].
- Sari, D. P., Prastawa, H., & Lintang, D. 2010. Analisis Tingkat Kepentingan

- Atribut Perpustakaan Berbasis Riset Melalui Metode Conjoint Analysis Studi Kasus Di Universitas Diponegoro. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 105-118. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/2051>. [Diakses pada 18 Agustus 2023].
- Sarif, M. 2020. Pengolahan Cabai Merah. Kalimantan Selatan (ID): Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Kalimantan Selatan.
- Septiadi, D., Sari, N. M. W., & Zainuddin, A. 2020. Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram. *Agrimor*. 5(2), 36-39. <http://savana-cendana.id/index.php/AG/article/view/1013>. [Diakses pada 18 Maret 2024].
- Sherly, S., Halim, F., Butarbutar, M., Arfandi, S. N., Sisca, S., Purba, B., & Purba, E. 2020. *Pemasaran Internasional*. Yayasan Kita Menulis. Jakarta.
- Shofiatus, S., Prabowo, R., & Hastuti, D. 2017. Analisis permintaan cabai merah keriting (*Capsicum annum* L) di Kota Semarang. *Mediagro*, 13(1). 79-91. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/Mediagro/article/view/2163>. [Diakses pada 20 Agustus 2023].
- Sipahutar, R. 2020. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting (*Capsicum Annum* L.) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan. [Diakses pada 23 Agustus 2023].
- Sitompul, F. A., & Nawawi, Z. M. 2023. Kontribusi PT Berkah Rosul Bersaudara sebagai Mitra terhadap Pendapatan Petani Cabai Rawit Merah (Caplak) Bekancan di Desa Telagah Kecamatan Sei Bingai Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 260-267. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/1394>. [Diakses pada 23 Agustus 2023].
- Soetarno, A. N., Wiendyati, W., & Levis, L. R. 2021. Permintaan cabai merah di Kota Kupang (The Demand of Red Chili in Kupang City). *Jurnal Excellentia*. 10(1), 1-12. <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/JEXCEL/article/view/3684>. [Diakses pada 20 Maret 2024].
- Subagyono, K., Sisca Piay, S., Tyasdjaja, A., Ermawati, Y., Hantoro, F.R.P, Prayudi, B., Sutoyo, Juhari, S., Herawati, H., & Basuki, S. 2010. *Budidaya dan pascapanen cabai merah (Capsicum annum L.)*. BPTP Jawa Tengah. Jawa Tengah. https://www.academia.edu/9731636/BUDIDAYA_DAN_PASCAPANEN_CABAI_MERAH_Capsicum_annuum_L. [Diakses pada 28 Juli 2023].
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=. [Diakses pada 26 Juli 2023].

- Sugiyono. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Molocclusion Impact Questionnaire dalam versi Bahasa Indonesia pada Usia Remaja Awal*. Alfabeta. Bandung. [Diakses pada 27 Juli 2023].
- Sugiyanto, C. 2016. *Modul 1 Teori Kepuasan dan Perilaku Konsumen*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta. [Diakses pada 25 Juli 2023].
- Sumargo, B., & Wardoyo, D. 2008. Analisis Konjoin Untuk Penentuan Preferensi Siswa Terhadap Atribut Bimbingan Belajar. *Jurnal Mat Stat*, 8(1), 60-71. http://researchdashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Journal/MatsTat/Vol.%2008%20No.%201%20Januari%202008/06_Bagus%20S._Konjoin.pdf. [Diakses pada 23 Juli 2023].
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia. [Diakses 25 Juli 2023].
- Sunaryati, R. 2021. Pola Konsumsi Beras Rumah Tangga Berdasarkan Golongan Pendapatan Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya Di Kota Palangka Raya. *AgriPeat*, 22(01), 52-58. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/Agp/article/view/3313>. [Diakses pada 16 Juli 2023].
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memuaskan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta. Jakarta. [Diakses pada 24 Juli 2023].
- Syahfitriani, S., Tarigan, G., & Bangun, P. 2013. Aplikasi analisis konjoin untuk Mengukur preferensi mahasiswa FMIPA USU dalam memilih produk pasta gigi. *Saintia Matematika*, 1(1), 63-71. [Diakses pada 18 Juli 2023]. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1435290&val=4141&title=APLIKASI%20ANALISIS%20KONJOIN%20UNTUK%20MENGUKUR%20PREFERENSI%20MAHASISWA%20FMIPA%20USU%20DALAM%20MEMILIH%20PRODUK%20PASTA%20GIGI>.
- Syahrir, Taridala, S. A. A., & Bahari. 2015. Preferensi konsumen beras berlabel (consumer's preferences for labeled rice). *Agriekonomika*, 4(1), 10-21. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/670>. [Diakses pada 23 Juli 2023].
- Tjiptono, F. 2006. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta. [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran (Cet. 3)*. Banyuwangi Publishing. Jawa Timur. [Diakses pada 17 Juli 2023].
- Utami, I. W. 2017. *Perilaku konsumen*. CV Pustaka Bengawan. Surakarta. [Diakses pada 20 Juli 2023].
- Veronica, V. 2019. Identifikasi Serangga pada Tanaman Cabai (*Capsicum annum*

- L.) di kawasan Hortipark Desa Sabah Balau Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan. Universitas Islam Raden Intan. Lampung.
<http://repository.radenintan.ac.id/6816/1/SKRIPSI%20VERA%20VERONICA.pdf>. [Diakses pada 18 Juli 2023].
- Wardhana, M. Y., Widyawati, W., Hermawan, R., & Kesuma, T. M. 2022. Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Harga Cabai Rawit (*Capsicum frutescens* L.) di Aceh. *Paradigma Agribisnis*, 4(2), 69-83. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPA/article/view/6789>. [Diakses pada 17 Juli 2023]
- Wati, D. S. 2018. Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Cabai Merah (*Capsicum Annum* L.) secara Hidroponik dengan Nutrisi Pupuk Organik Cair dari Kotoran Kambing. *Biomass Chem Eng*, 3(2). <http://repository.radenintan.ac.id/5715/1/SKRIPSI.pdf>. [Diakses pada 15 Juni 2023].
- Wulandari, D. 2015. *Sumbangan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pekerja Konveksi Kelambu Terhadap Tingkat Kesejahteraan Keluarga Perantau Di Desa Sumampir Kecamatan Rembangkabupaten Purbalingga*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Jawa Tengah.
<https://repository.ump.ac.id/1922/1/Deti%20Wulandari%20Cover.pdf>
 [Diakses pada 16 Agustus 2023].
- Yanti, N. M. S. W., Susrusa, K. B., & Listiadewi, I. A. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Cabai Rawit di Kota Denpasar Provinsi Bali. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(2), 165-174. <https://www.academia.edu/download/73272027/29416.pdf>. [Diakses pada 17 Maret 2024].
- Yutriani, Y., Muis, A., & Asih, D. N. 2020. Faktor - Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting di Kota Palu. *Agrotekbis : E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(2), 466-472. <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/agrotekbis/article/view/664>. [Diakses pada 24 Agustus 2023].
- Yudha, E. P., & Vanessa, G. C. 2022. Analisis Kinerja Ekspor Cabai Hijau Di Indonesia. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 340-345.
<https://itskhatulistiwa.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/506>. [Diakses pada 22 Juli 2023]
- Zamrodah, Y. 2021. Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar). *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Pertanian*, 15(2), 132-140.
<https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/viabel/article/view/1771>.
 [Diakses pada 18 Agustus 2023]
- Ziaulhaq, W., & Amalia, D. R. 2022. Pelaksanaan Budidaya Cabai Rawit sebagai Kebutuhan Pangan Masyarakat. *Indonesian Journal of Agriculture and Environmental Analytics*, 1(1), 27-36. <https://doi.org/10.55927/ijaea.v1i1.812>. [Diakses pada 25 September 2024].