

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN CABAI MERAH KERITING DI PASAR TRADISIONAL KOTA PALU (STUDI KASUS: PASAR MANONDA DAN MASOMBA)

Factors That Affect Curly Red Chili Requests in the Palu City Traditional Market (case study: Manonda and Masomba Markets)

Rezky Ansar¹⁾ Made Antara²⁾, Dance Tangkesalu²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail : rezkya1008@gmail.com

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail : yasinta90287@gmail.com E-mail : dancetangkesalu@gmail.com .

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the demand for curly red chili in the Palu traditional market (case study: manonda and masomba markets). The study was conducted in May 2019 to July 2019. Determination of respondents was carried out using accidental sampling with a total sample of 30 curly red chili consumers. The analytical tool used in this study is Multiple Linear Regression using the F test (Simultaneous) and the T test (Partial). The results showed that: The F test results showed that the calculated F-value (25,835) > F-table (2.76) meant that together all the variables namely the variable price of curly red chili (X1), the price of large red chili (X2), income (X3), number of dependents (X4) and age (X5) have a significant influence on demand for curly red chili. T test results, the regression obtained variables that significantly influence the demand for curly red chili are variable prices of curly red chili (X1), price of large red chili (X2), income (X3), number of dependents (X4) and age (X5) where the fifth This variable has a significance value smaller than the error rate of 5%, therefore all variables used are very influential on demand for curly red chili in Palu City.

Keywords: Price, Revenue, Total Amount, Age, Demand.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting di pasar tradisional Kota Palu (studi kasus: pasar manonda dan masomba). Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2019 hingga Juli 2019. Penentuan responden dilakukan menggunakan sampling aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 30 konsumen cabai merah keriting. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan uji F (Simultan) dan uji T (Parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung (25,835) > F-tabel (2,76) berarti secara bersama-sama semua variabel yaitu variabel harga cabai merah keriting(X₁), harga cabai merah besar(X₂), pendapatan(X₃), jumlah tanggungan(X₄) dan umur(X₅) memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting. Hasil uji T, regresi diperoleh variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting adalah variabel harga cabai merah keriting(X₁), harga cabai merah besar (X₂), pendapatan(X₃), jumlah tanggungan(X₄) dan umur(X₅) dimana kelima variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5%, oleh sebab itu semua variable yang digunakan sangat berpengaruh terhadap permintaan cabai merah keriting di Kota Palu.

Kata Kunci : Harga, Pendapatan, Jumlah Tanggungan, Umur, Permintaan.

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor tumpuan bagi perekonomian negara Indonesia, sektor pertanian Indonesia terdiri dari lima sub sektor, yaitu sub sektor tanaman hortikultura, perkebunan, peternakan, kehutanan, dan perikanan. Hortikultura sebagai salah satu sub sektor pertanian terdiri dari berbagai jenis sayuran, buah-buahan dan tanaman obat-obatan. Produk hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan berperan dalam memenuhi gizi masyarakat terutama vitamin dan mineral yang terkandung di dalamnya (Annova, 2010).

Hortikultura merupakan komoditas pertanian khas tropis yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia dan memiliki prospek yang cerah di masa mendatang sekaligus sebagai sumber perolehan devisa bagi Indonesia. Permintaan pasar domestik maupun pasar internasional terhadap komoditas hortikultura di masa mendatang diperkirakan akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan tingkat pendapatan (Departemen Pertanian, 2007).

Salah satu produk hortikultura tersebut adalah cabai. Cabai merupakan produk hortikultura sayuran yang digolongkan ke dalam tiga kelompok yaitu cabai merah, cabai kecil dan cabai hias. Di antara ketiga jenis cabai tersebut, cabai merah merupakan jenis cabai yang paling banyak diperdagangkan dalam masyarakat. Cabai merah terdiri dari cabai merah besar dan cabai merah keriting, cabai merah besar memiliki permukaan lebih halus dibandingkan cabai merah keriting sedangkan cabai merah keriting memiliki rasa lebih pedas dibandingkan cabai merah besar (Muharlis, 2016).

Cabai merah keriting (*Capsicum annuum L.*) merupakan salah satu tanaman yang banyak dibudidayakan di Indonesia, cabai keriting memiliki aroma dan rasa yang pedas serta warna yang khas, sehingga digunakan oleh masyarakat sebagai rempah dan bumbu masakan. Warna masakan menjadi lebih cerah jika menggunakan cabai keriting sehingga membangkitkan

selera makan, rasa pedas yang dihasilkan dari cabai dipercaya dapat memberikan kehangatan bagi pengonsumsinya (Sugiarti, 2003).

Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu Provinsi yang cukup baik dalam mengembangkan tanaman hortikultura pada bagian sayur-sayuran. Salah satu tanaman hortikultura yang dikembangkan ialah cabai merah keriting, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa luas panen dan produksi cabai merah keriting di Sulawesi Tengah dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 6.682,6/Ton dengan luas panen 1.234 /Ha, sedangkan produksi terendah terjadi pada tahun 2016 sebesar 4.755,5 /Ton dengan luas panen 846/Ha.

Cabai merah keriting akan terus dibutuhkan dengan jumlah yang semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perekonomian nasional. Ditinjau dari segi pengembangan produk, cabai merah keriting dapat dikonsumsi dalam bentuk segar maupun olahan seperti tepung cabai, pasta acar, atau sambal. Dengan demikian perusahaan komoditi cabai merah keriting ini memiliki peluang pasar yang cukup luas, yaitu untuk memenuhi permintaan konsumen rumah tangga dan industri pengolahan. Sekalipun ada kecenderungan peningkatan kebutuhan, tetapi permintaan terhadap cabai merah keriting untuk kebutuhan sehari-hari dapat berfluktuasi, yang disebabkan karena tingkat harga yang terjadi di pasar eceran (Muharlis, 2016).

Harga menjadi suatu pertimbangan terhadap permintaan cabai merah keriting itu sendiri. Permintaan suatu komoditi dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Secara umum bila harga suatu komoditi tinggi, hanya sedikit orang yang mau dan mampu membelinya. Akibat jumlah komoditi yang dibelinya hanya sedikit saja (Kotler, 2002).

Tabel 1. Perkembangan Tanaman Cabai Merah Keriting di Sulawesi Tengah pada tahun 2014-2018.

| No | Luas Panen (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----|-----------------|----------------|------------------------|
| 1 | 1.039 | 5.811,6 | 5,59 |
| 2 | 846 | 5.439,8 | 6,43 |
| 3 | 872 | 4.755,5 | 5,45 |
| 4 | 1.234 | 6.682,6 | 5,41 |

Sumber : BPS Provinsi Sulawesi Tengah, 2018.

Tabel 2. Perkembangan Rata-rata Tahunan Harga Eceran Cabai Merah Keriting di Kota Palu.

| No | Tahun | Harga (Rp/Kg) |
|----|-------|---------------|
| 1 | 2014 | 28,473 |
| 2 | 2015 | 18,416 |
| 3 | 2016 | 25,711 |
| 4 | 2017 | 27,059 |
| 5 | 2018 | 31,476 |

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2019.

Tabel 3. Perkembangan Rata-rata Bulanan Harga Eceran Cabai Merah Keriting di Kota Palu Tahun 2018.

| No | Bulan | Harga (Rp/kg) |
|-----------|-----------|---------------|
| 1 | Januari | 23,409 |
| 2 | Februari | 24,684 |
| 3 | Maret | 27,357 |
| 4 | April | 27,786 |
| 5 | Mei | 42,000 |
| 6 | Juni | 40,750 |
| 7 | Juli | 39,250 |
| 8 | Agustus | 46,000 |
| 9 | September | 28,000 |
| 10 | Oktober | 23,750 |
| 11 | November | 23,250 |
| Rata-rata | | 31,476 |

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2019.

Tabel 2 diatas, dapat dilihat pada tahun 2014 harga ecer cabai merah keriting berkisar Rp.28.473/kg, sementara itu pada tahun 2015 harga ecer cabai merah keriting menurun yang tadinya Rp.28.473/kg menjadi Rp.18.416/kg, akan tetapi pada tahun 2016 harga ecer cabai merah keriting melonjak naik dari yang awalnya Rp.18.416/kg mencapai Rp.25.711/kg

kenaikan harga ecer cabai merah keriting terus melonjak naik hingga pada tahun 2018 sebesar Rp.31.476/kg.

Table 3 diatas, dapat dilihat bahwa harga ecer cabai merah keriting dari bulan Januari hingga bulan november mengalami fluktuasi. Dapat dilihat pada bulan agustus harga cabai merah keriting dipasaran sangatlah tinggi mencapai Rp. 46.000/Kg,

namun harga cabai merah keriting kembali mengalami penurunan dengan harga yang hanya berkisar Rp. 23.250/Kg. Naiknya harga cabai merah keriting diakibatkan pasokan dari produsen tersendat dan efeknya harga cabai mulai membumbung tinggi. Kenaikan harga cabai tersebut terkait dengan pola konsumsi masyarakat yang tinggi sementara kuantitas produksi rendah. Cabai merah merupakan jenis komoditi yang harganya tidak dapat diprediksi, bahkan harga cabai merah keriting dapat berubah setiap saat atau bisa saja berubah itu terjadi disetiap harinya. Table harga ecer harian cabai merah keriting.

Menurut Soekartawi (2002), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang meliputi: harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementernya, selera, jumlah penduduk atau tanggungan keluarga, tingkat pendapatan. Oleh karena itu, permintaan cabai merah keriting di Kota Palu diduga dipengaruhi juga dari faktor umur, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga jika bertambah salah satu dari faktor yang memengaruhi permintaan tersebut maka akan bertambah pula permintaan akan barang yang diminta yaitu yang dimaksud adalah cabai merah keriting.

Penelitian ini dilakukan dikarenakan cabai merah keriting merupakan bahan makanan atau bahan penyedap rasa makanan yang selalu dibutuhkan dan diperlukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga. Selain itu harga cabai merah keriting yang berfluktuasi apalagi ketika hari-hari besar tiba akan melonjak naik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dikemukakan pada penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh faktor harga, faktor pendapatan, faktor jumlah tanggungan, faktor umur dan faktor selera memengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting di Kota Palu?

Tujuan Penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor harga, faktor harga barang substitusi, faktor pendapatan, faktor jumlah tanggungan, dan faktor umur memengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu. Penelitian ini dilaksanakan di dua pasar tradisional yang berbeda yakni di Pasar Manonda yang bertempat di Jl. Kemiri dan Pasar Masomba yang bertempat di Jl. Tanjung Manimbaya. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa kedua pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang menyediakan cabai merah keriting di Kota Palu, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2019.

Penentuan Responden. Teknik pengambilan sampel atau responden yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *sampling aksidental*. Menurut Sugiyono (2008), *Sampling aksidental* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Karena cabai merah keriting merupakan barang yang sangat mudah di jumpai sehingga untuk mendapatkan konsumen peneliti tidak mengalami kesulitan, hal ini dilakukan dengan pertimbangan konsumen tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh data dan informasi yang akurat dengan tujuan yang di harapkan dalam penelitian ini.

Menurut Cohen, dkk, (2007) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis

data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Jadi pada penelitian ini menggunakan 30 responden.

Metode Analisis Data. Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linear Regression*). Data yang dibutuhkan adalah harga cabai merah, pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \mu$$

Keterangan:

- Y = Permintaan cabai merah keriting (Kg/bln)
- b0 = Intersep/ kontanta
- b1-b4 = Koefisien regresi berganda
- X1 = Harga Cabai Merah keriting (Rp/kg)
- X2 = Harga Cabai Merah Besar (Rp/kg)
- X3 = Pendapatan Konsumen (Rp/bln)
- X4 = Jumlah tanggungan Konsumen (jiwa)
- X5 = Umur Konsumen (tahun)
- μ = standart error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Manonda. merupakan pasar tradisional yang bertempat di Jalan Kemiri Kelurahan Balaroa Kecamatan Palu Barat Kota Palu Sulawesi Tengah. Pasar Inpres merupakan salah satu pasar tertua untuk kota palu dengan area luas lahan yang cukup besar pula, Pasar Inpres menyediakan berbagai keperluan rumah tangga. Mulai dari kebutuhan pangan, sayur-sayuran, buah-buahan, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya).

Pasar Masomba. merupakan pasar tradisional yang bertempat di jalan tanjung manimbaya No 135 Kelurahan Tatura Utara

Kecamatan Palu Selatan Kota Palu Sulawesi Tengah. Pasar masomba berdiri pada tahun 1983 merupakan salah satu pasar tertua untuk kota palu dengan area luas lahan yang cukup besar pula, pasar masomba menyediakan berbagai keperluan rumah tangga. Mulai dari kebutuhan pangan, sayur-sayuran, buah-buahan, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Jumlah pedagang pada pasar masomba sebanyak kurang lebih 300 pedagang pasca kebakaran yang terjadi pada tanggal 8 agustus 2017 dan tanggal 26 agustus 2017.

Karakteristik Responden. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli sayuran kangkung darat pada pasar manonda dan pasar masomba. yang merupakan pasar-pasar yang menyediakan cabai merah keriting di Kota Palu. Mayoritas responden yang mengkonsumsi cabai merah keriting adalah ibu rumah tangga, dimana responden di klasifikasikan berdasarkan umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dan pendapatan.

Umur Responden. Umur responden pada penelitian adalah berkisar antara 20 hingga 60 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang mengkonsumsi cabai merah keriting berada pada umur produktif 21-54 tahun, responden cabai merah keriting masih aktif dalam mempertimbangkan dalam pembelian cabai merah keriting yang akan dikonsumsi. Data responden yang diperoleh menunjukkan sebagian besar konsumen berada pada umur 20 hingga 49 tahun, sedangkan jumlah konsumen yang berada pada umur 51 hingga 60 tahun keatas hanya sedikit, dapat dilihat pada table 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Konsumen Cabai Merah Keriting Berdasarkan Umur.

| No | kelompokUmur (tahun) | Jumlah (jiwa) | Persentase (%) |
|--------|----------------------|---------------|----------------|
| 1 | 21-32 | 12 | 40 |
| 2 | 33-44 | 10 | 33,33 |
| 3 | 45-56 | 8 | 26,67 |
| Jumlah | | 30 | 100,00 |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Tabel 6. Karakteristik Responden Konsumen Cabai Merah Keriting Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

| No | Status Pendidikan | Jumlah (jiwa) | Persentase (%) |
|--------|-------------------|---------------|----------------|
| 1 | SMA | 17 | 56,67 |
| 2 | D3 | 2 | 6,66 |
| 3 | S1 | 11 | 36,67 |
| Jumlah | | 30 | 100,00 |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Tabel 7. Distribusi Konsumen Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan.

| No | Tanggungan Keluarga (jiwa) | Jumlah (jiwa) | Persentase (%) |
|--------|----------------------------|---------------|----------------|
| 1 | 1-2 | 10 | 33,33 |
| 2 | 3-4 | 17 | 56,67 |
| 3 | 5-6 | 3 | 10 |
| Jumlah | | 30 | 100,00 |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 5, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang dominan membeli cabai merah keriting di pasar manonda dan masomba kota palu berusia 24-35 Tahun dengan persentase sebesar 40%. Keadaan ini menunjukkan bahwa usia dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan untuk melakukan pembelian cabai merah keriting.

Tingkat Pendidikan Responden. Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Data tingkat pendidikan responden cabai merah keriting dapat dilihat pada tabel .

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden cabai merah keriting memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu tingkat pendidikan SMA yang membeli dan mengonsumsi terbanyak cabai merah keriting dengan presentase sebesar 56,67%. sedangkan yang melakukan pembelian paling sedikit yaitu yang memiliki pendidikan D3 dengan presentase sebesar 6.66%.

Jumlah Tanggungan Keluarga Responden. Keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat konsumen. Anggota keluarga akan memengaruhi

konsumen dalam pengetahuan keputusan pembelian cabai merah keriting. Adapun jumlah tanggungan konsumen sampel dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang membeli cabai merah keriting memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3-4 orang dengan jumlah 17 jiwa dan persentase nilai sebesar 56,67% . Hal ini menandakan bahwa semakin besar jumlah tanggungan keluarga dalam satu rumah tangga maka semakin besar pula jumlah kebutuhan akan pangan khususnya cabai merah keriting dalam rumah tangga tersebut.

Pendapatan Responden. Jumlah pendapatan akan mempengaruhi besar kecilnya daya konsumsi dari seorang konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhannya, begitu pun sebaliknya. Data responden cabai merah keriting berdasarkan pendapatannya dapat dilihat dalam table 8.

Tabel 8 diatas, menunjukkan data mengenai pendapatan responden cabai merah keriting dimana jumlah responden yang banyak melakukan pembelian terhadap cabai merah keriting adalah responden yang memiliki pendapatan

Rp. 3.933.333–5.000.000 yang memiliki nilai persentasi terbesar yaitu 53,33%. Berdasarkan tabel diatas, besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap cabai merah keriting.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting.

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di kota palu dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang pengolahan datanya menggunakan IBM *software* SPSS 21. Analisis dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan persamaan dugaan yang baik sesuai, dengan variable terikatnya (*dependent variabel*) adalah permintaan cabai merah keriting (Y) dan variabel bebas (*independent variabel*) terdiri dari faktor Harga (X1), faktor harga barang substitusi (X2), Faktor Pendapatan (X3), faktor

Jumlah Tanggungan (X4), dan faktor Umur (X5).

Hasil regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Cabai Merah Keriting di Kota Palu dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 21 disajikan pada Tabel 9.

Berdasarkan hasil pada tabel 9 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda dari permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting sebagai berikut :

$$Y = -0,702 - 0,00003354X1 + 0,00008369X2 + 0,000444X3 + 0,468X4 + 0,032X5$$

Dengan Interpretasi sebagai berikut :

Dari persamaan regresi tersebut, diperoleh nilai konstanta sebesar -0,702. Angka tersebut berarti bahwa permintaan cabai merah keriting akan bernilai -0,702 apabila faktor lain sama dengan nol. Dengan kata lain permintaan cabai merah keriting akan berada pada tingkat -0,702 jika tidak ada aktifitas konsumsi jenis komoditi lain.

Tabel 8. Karakteristik Responden cabai merah keriting Berdasarkan Pendapatan.

| No | Pendapatan | jiwa | (%) |
|--------|---------------------|------|--------|
| 1 | 1.800.000-2.866.667 | 5 | 16,67 |
| 2 | 2.866.667-3.933.333 | 9 | 30 |
| 3 | 3.933.333-5.000.000 | 16 | 53,33 |
| Jumlah | | 30 | 100,00 |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Table 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda pembelian cabai merah keriting di Kota Palu.

| Model | B | Thit | Sig |
|---------|-------------|--------|-------|
| contans | -0,702 | -0,504 | 0,619 |
| x1 | -0,00003354 | -2,139 | 0,043 |
| x2 | 0,00008369 | 2,641 | 0,014 |
| x3 | 0,000444 | 5,787 | 0,000 |
| x4 | 0,468 | 4,763 | 0,000 |
| x5 | 0,032 | 3,897 | 0,001 |

Sumber: Output SPSS setelah diolah, 2019

Keterangan:

- Tingkat kesalahan α = 5%
- R^2 = 0,811/81,1%
- F-hitung = 25,835
- F-Tabel = 2,76
- t-tabel = 2,064

Untuk harga cabai merah keriting (X1) dihasilkan koefisien bernilai negatif sebesar -0,00003354. Tanda negative ini menunjukkan hubungan yang searah antara harga cabai merah keriting dengan jumlah permintaan cabai merah keriting. Dengan kata lain jika ada kenaikan harga cabai merah keriting maka akan terjadi penurunan permintaan cabai merah keriting sebesar - 0,00003354 kg.

Koefisien regresi untuk harga cabai merah besar (X2) bernilai positif sebesar 0,0008369. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara harga cabai merah besar dengan permintaan cabai merah keriting. Artinya jika harga cabai merah besar naik, maka jika ada peningkatan permintaan cabai merah keriting sebesar 0,0008369 kg. hal ini berarti bahwa cabai merah besar merupakan barang substitusi dari cabai merah keriting.

Koefisien regresi untuk pendapatan keluarga (X3) bernilai positif sebesar 0.000444. Angka ini menunjukkan pengaruh yang searah antara pendapatan keluarga dengan permintaan cabai merah keriting. Artinya jika terjadi kenaikan pendapatan sebesar Rp. 1 maka akan mengakibatkan bertambahnya permintaan cabai merah keriting sebesar 0.000444kg

Koefisien regresi untuk jumlah anggota keluarga (X4) bernilai positif sebesar 0.468. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara jumlah anggota keluarga dengan permintaan cabai merah eriting. Artinya jika ada penambahan satu orang anggota keluarga maka akan ada peningkatan permintaan cabai merah keriting sebesar 0.468 kg. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah anggota keluarga maka semakin besar juga jumlah permintaan akan cabai merah keriting

Koefisien regesi untuk umur (X5) bernilai positif sebesar 0,032, tanda positif ini menunjukkan pengaruh anantara umur konsumen dengan permintaan cabai merah keriting. Artinya jika terjadi penambahan umur konsumen sebanyak 1 tahun maka

akan terjadi peningkatan jumlah permintaan akan cabai merah keriting sebesar 0,032 kg.

Uji Kesesuaian Model (Koefisien Determinasi = R^2). Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (bebas) dalam menjelaskan varians dari variabel dependen (terikat). Hasil uji R^2 (koefisien determinasi) dapat dilihat pada table berikut.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 9 diperoleh hasil perhitungan nilai R^2 yang menjelaskan bahwa variabel permintaan Cabai merah keriting studi kasus pasar tradisional di Kota Palu dipengaruhi oleh variabel Harga cabai merah keriting, harga cabai merah besar, pendapatan, jumlah tanggungan dan umur, , sebesar 0,811 atau 81,1%, sedangkan sisanya 18,9% adalah variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

Uji F (Simultan). berdasarkan perbandingan antara F-hitung sebesar 25,835 dengan F-tabel (2,76) nilai tersebut signifikan pada $\alpha = 5\%$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung (25,835) > F-tabel (2,76) berarti secara bersama-sama semua variable faktor harga(X1), faktor harga barang substitusi(X2), faktor pendapatan(X3), faktor jumlah tanggungan (X4) dan faktor umur(X5). memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting.

Uji t (parsial). pengujian ini dilakukan untuk melihat variabel-variabel bebas yang digunakan secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting di Kota Palu. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel dan melihat perbandingan probabilitasnya ($\text{sig} < \alpha$) jika:

Ho : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat

H1 :Variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variable terikat.

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang

mempengaruhi pembelian cabai merah keriting di Kota Palu diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Harga (X1) Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting

Berdasarkan tabel hasil uji t di dapatkan nilai thitung pada variabel faktor harga (X1) sebesar -2,139. Hal ini berarti bahwa thitung $-2,139 < t_{tabel} 2,064$ dan tingkat signifikan didapatkan hasil sebesar $0,043 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara statistik variabel faktor harga (X1) **memiliki kontribusi** secara parsial terhadap variabel pembelian (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan yang ada didalam penelitian Jannah (2018) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh konsumen dan para pedagang perlu benar-benar menyadari peran harga tersebut dalam pembentukan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Pengaruh Harga Barang Substitusi (X2) Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting

Berdasarkan tabel hasil uji t di dapatkan nilai thitung pada variabel faktor harga barang substitusi (X2) sebesar 2,641. Hal ini berarti bahwa thitung $2,641 > t_{tabel} 2,064$ dan tingkat signifikan didapatkan hasil sebesar $0,014 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara statistik variabel faktor harga (X1) **memiliki kontribusi** secara parsial terhadap variabel permintaan (Y).

3. Pengaruh Faktor Pendapatan (X3) Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting

Berdasarkan tabel hasil uji t di dapatkan nilai thitung pada variabel faktor pendapatan (X3) sebesar 5,787. Hal ini berarti bahwa thitung $5,787 > t_{tabel} 2,064$ dan tingkat signifikan didapatkan hasil sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara statistik variabel faktor pendapatan (X2) **memiliki kontribusi** secara parsial terhadap variabel permintaan (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan menurut Mariaji (2014) salah satu hal yang merupakan faktor yang mendorong munculnya tindakan pembelian yang dilakukan konsumen adalah adanya kebutuhan. Pada dasarnya kebutuhan tersebut muncul karena adanya sejumlah hasrat yang harus terpenuhi dengan alat pemuas kebutuhan. Oleh karena itu besar kecilnya pendapatan seseorang tidak akan berpengaruh terhadap pembelian cabai merah keriting dikarenakan orang tersebut tetap akan membeli cabai merah keriting karena memang orang tersebut membutuhkan cabai merah keriting untuk mereka konsumsi.

4. Pengaruh Faktor Jumlah Tanggungan (X4) Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting

Berdasarkan hasil analisis regresi keluarga (X4), diperoleh thitung bernilai $4,763 > t_{tabel} 2,064$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, faktor jumlah tanggungan memiliki kontribusi atau terdapat pengaruh yang nyata antara keluarga dengan permintaan cabai merah keriting.

Hasil penelitian yang dilakukan di Pasar tradisional kota palu sama dengan pernyataan menurut Meddina (2008) yang menyatakan bahwa keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen.

5. Pengaruh Faktor Umur (X5) Terhadap Permintaan Cabai Merah Keriting

Berdasarkan hasil analisis regresi kelompok usia (X5), diperoleh thitung bernilai $3,897 < t_{tabel} 2,064$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya faktor umur memiliki kontribusi atau ada pengaruh yang nyata antara kelompok usia dengan permintaan cabai merah keriting.

Penelitian ini ditunjang oleh penelitian terdahulu, seperti Pranatayasa dkk (2013) yang menyatakan bahwa umur berpengaruh nyata terhadap permintaan.

Hal ini dikarenakan tingkat usia atau umur yang dimiliki oleh responden sangat menentukan terhadap kemampuan bagaimana konsumen dalam mengambil keputusan terhadap proses pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, adapun faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai merah keriting dipasar Tradisional Kota Palu *studi kasus Pasar Manonda dan Pasar Masomba* adalah sebagai berikut:

Secara simultan (uji F) nilai F-hitung (25,835) > F-tabel (2,760) yang artinya semua variabel secara bersama-sama yaitu variabel harga cabai merah keriting (X_1), berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting, dimana t hitung - 2,139 > t tabel (2,064) dengan $\alpha = 5\%$, variabel harga cabai merah besar (X_2), memberikan pengaruh secara nyata terhadap permintaan cabai merah keriting, dimana t hitung 2,641 > t tabel (2,064) dengan $\alpha = 5\%$, variable pendapatan (X_3), berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting, dimana t hitung 5,787 > t table (2,064) dengan $\alpha = 5\%$, variable jumlah tanggungan (X_4), berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting, dimana t hitung 4,763 > t table (2,064) dengan $\alpha = 5\%$, dan variable umur (X_5), berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah keriting, dimana t hitung 3,897 > t table (2,064) dengan $\alpha = 5\%$. Pengaruh penggunaan variable di dalam model terhadap permintaan cabai merah keriting memiliki pengaruh sebesar 81,1 % sedangkan sisanya 18,9% (100% - 81,1%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada didalam model regresi linear.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap pembelian cabai merah keriting di Kota Palu. Peneliti berharap kepada penjual

atau pedagang cabai merah keriting bisa memperhatikan apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli cabai merah keriting agar tidak mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anova. A. Noor. R. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di Tulip Swalayan Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akutansi*. Vol. 11, No. 1.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah, 2018.
- Baley, 2011. *Methods of Social Research*. Sumber http://repository.upi.edu/11380/6/T_A_DP_1202111_Chapter3.pdf. Diakses pada tanggal 14 April 2019.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2007. *Research Methods In Education*. London, New York: Routledge Falmer
- Departemen Pertanian. 2007. *Tanaman Hortikultura*. www.deptan.go.id. Diakses 21 Februari 2019.
- Jannah. 2018. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Inpor* : J. Agroland Vol 25, No 2 (2018).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Mariaji, Wahyu. 2014. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) Di Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3, No. 8.
- Meddina, Rachma . 2008. *Sikap Konsumen Rumah Tangga Dalam Mengonsumsi Cabai Merah (Skripsi)* .DKI Jakarta *Journal Of Economics*. Vol. 2, No. 3.
- Moven, Jhon C. Michael, Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasan Lina Salim SE, MBA, MA. Kilid 1. Edisi Kelima, Erlangga.
- Muharlis, A. 2016. *Peramalan dan Faktor-Faktor Penentu Fluktuasi Harga Cabai Merah Keriting*. J. Agroland 23 (1): 11-19 (2016).
- Soekartawi, 2002. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sugiarti, S. 2003. *Usaha Tani dan Pemasaran Cabai Merah*. Yogyakarta: Jurnal Akta Agrosia.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R/D*. Bandung. Alfabeta

Titin, A. 2011. “ *Analisis Perilaku Konsumen Beras Organic Di Kabupaten Jember*” Jurnal Social Ekonomi Pertanian/Agribisnis Jember. Vol.5 No 3 Hal 16.