

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

*(Analysis of preferences, consumption patterns and demand for chilies at household level in
the city of Bandar Lampung)*

Sisilia Putri Pratiwi, Fembriarty Erry Prasmatiwi, Rabiatal Adawiyah

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung, 35145, e-mail: Fembriarty.erry@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze preferences, consumption patterns and factors that influence household level consumption of green chilies in Bandar Lampung City. The research method used is the survey method. Data collection was carried out in November – December 2023 with a total of 70 household sample. Sampling was carried out in four sub-districts, namely Sukarame sub-district, Way dadi sub-district, Pesawahan sub-district, and Gunung Mas sub-district. The data analysis used is conjoint analysis, descriptive analysis, and multiple linear regression analysis. The results of the research show that household preferences in Bandar Lampung City for green chilies are spicy, lowest price (<Rp20.000), fresh, bright green, and curly green chilies. Households consume chilies in the form of chili sauce or mixed dishes with an average weekly consumption per capita of 0,019 kg. Households also consume curly green chilies. Purchases are only made once a month at traditional markets. The average household consumes green chilies only 1-2 times a month. Factors that have a significant influence on household demand for green chilies in Bandar Lampung City are the price of green chilies and the number of household members.

Key words: chili, consumption pattern, demand, preference

Received : 03 October 2024

Revised : 01 November 2024

Accepted : 28 February 2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v13i1.9796>

PENDAHULUAN

Salah satu subsektor yang meningkatkan devisa negara dan memiliki andil cukup besar dalam pertanian adalah subsektor hortikultura. Subsektor hortikultura menjadi penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 1,55 persen di Indonesia pada tahun 2021 (BPS 2022). Kondisi ini mendorong kemajuan untuk terus meningkatkan hasil produksi pertanian. Menurut Fetra *et al* (2021), subsektor hortikultura berfungsi sebagai penyedia pangan dan kebutuhan lainnya, serta menambah kemajuan di sisi sosial, budaya, dan kesehatan masyarakat. Meskipun memiliki banyak keunggulan, namun dalam penerapannya subsektor hortikultura memiliki kekurangan karena sifatnya sangat bergantung pada kondisi alam, sehingga hal tersebut dapat menurunkan kualitas produk yang menyebabkan harga-harga di pasar juga ikut berkurang. Selain itu, produk hortikultura juga cenderung bersifat mudah rusak (*perishable*), dalam proses budidayanya memerlukan lahan yang luas, dan mudah busuk (Iriani 2020). Salah satu

komoditas hortikultura yang sering mengalami permasalahan tersebut adalah komoditas cabai.

Cabai masuk ke dalam jenis sayuran yang permintaannya meningkat terus menerus seiring bertambahnya jumlah penduduk. Berdasarkan (BPS 2022) Provinsi Lampung menjadi penghasil cabai terbesar ke 11 di Indonesia pada tahun 2021 dengan produksi sebesar 45.471 ton. Cabai menjadi hal penting karena masuk ke dalam sembilan bahan pangan pokok di Indonesia. Salah satu jenis cabai yang ada di Provinsi Lampung adalah cabai hijau. Cabai hijau adalah varietas cabai merah yang dipanen pada tahap pertumbuhan awal, ketika buahnya belum mencapai kematangan penuh dan masih berwarna hijau. Meskipun permintaan jenis cabai ini lebih sedikit dibandingkan dengan cabai merah dan rawit, tetapi ketersediaan cabai hijau dapat selalu ditemui di pasar modern ataupun tradisional. Menurut (BPS 2023), konsumsi rata-rata cabai hijau di Provinsi Lampung sebesar 0,107 ons/kapita/minggu yang dihitung selama lima tahun terakhir yakni dari tahun 2018-2022. Besarnya konsumsi cabai menandakan perannya dalam memenuhi kebutuhan

di Lampung sulit untuk digantikan dengan komoditas lain.

Komoditas cabai banyak dikonsumsi oleh rumah tangga di Provinsi Lampung, salah satunya yakni di Kota Bandar Lampung. Menurut (BPS 2020), Kota Bandar Lampung menempati urutan pertama paling besar dalam pengeluaran rumah tangga per bulan dibandingkan dengan 15 kabupaten/kota di Provinsi Lampung. Pengeluaran tersebut menggambarkan daya beli penduduk yang salah satunya dialokasikan untuk membeli bahan masakan seperti cabai hijau. Cabai hijau menjadi cabai yang tidak dapat disamakan dengan cabai merah dan rawit karena jenis cabai ini memiliki karakteristik dan cita rasa pedas yang berbeda. Cabai hijau jauh lebih terjangkau harganya dibandingkan dengan cabai merah karena jenis cabai ini adalah cabai merah yang dipanen saat masih muda, sehingga proses budidayanya lebih cepat. Selain itu, penggunaan cabai hijau dalam masakan tidak dapat disubstitusikan dengan cabai merah dan rawit karena pemanfaatannya yang berbeda. Sebagai contoh, ketika ibu rumah tangga ingin membuat sambal hijau maka hasilnya akan berbeda jika menggunakan cabai merah ataupun rawit.

Dalam melakukan pembelian terhadap cabai hijau, konsumen dipengaruhi oleh preferensi atau kesukaan individu yang dapat bervariasi satu sama lain. Namun, kondisi ini belum diimbangi dengan kriteria cabai hijau yang sesuai dengan yang diinginkan. Adanya permasalahan seperti cabai yang tidak segar, rasa yang kurang pedas, warna yang tidak cerah menyebabkan menurunnya minat konsumen dalam membeli cabai hijau. Kondisi ini menyebabkan perlu adanya penelitian terhadap preferensi cabai hijau karena hal ini akan memengaruhi bagaimana pola konsumsinya, sedangkan pola konsumsi cabai memengaruhi permintaan cabai di pasar. Oleh karena ketiga poin ini saling berkaitan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi, pola konsumsi, serta permintaan terhadap cabai hijau di tingkat rumah tangga yang berada di Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode survey. Pengambilan lokasi penelitian ditentukan di dua kecamatan secara *purposive* yakni Kecamatan Sukarame dan Kecamatan Teluk Betung Selatan dengan pertimbangan bahwa kedua kecamatan ini mewakili dua kelompok yakni kelas atas dan kelas bawah yang dilihat dari jumlah penduduk sejahtera dan kurang sejahtera. Adapun waktu pengambilan

data dilaksanakan bulan November-Desember 2023. Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang relevan dan berada di empat kelurahan yakni, Kelurahan Sukarame, Kelurahan Way dadi, Kelurahan Pesawahan, dan Kelurahan Gunung Mas. Penentuan kelurahan ini juga didasarkan atas kelas atas dan kelas bawah yang dilihat dari perbandingan jumlah penduduk sejahtera dan kurang sejahtera.

Jumlah sampel penelitian sebanyak 70 responden, yang ditentukan melalui rumus *Stanley Lemeshow* (Zamrodah 2021). Berdasarkan perhitungan tersebut, selanjutnya dibagi ke dalam 35 responden Kecamatan Sukarame (Kelurahan Sukarame dan Kelurahan Way Dadi) dan 35 responden Kecamatan Teluk Betung Selatan (Kelurahan Pesawahan dan Kelurahan Gunung Mas). Pembagian jumlah tersebut dilakukan secara sengaja berada dalam satu lingkup untuk memudahkan proses pengambilan data. Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui wawancara dengan responden menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari pustaka lain terpublikasi seperti BPS dan jurnal.

Analisis konjoin digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen, dimana terdapat empat hasil yakni nilai korelasi, *importance value*, total nilai kegunaan, dan *utility value* (Pane *et al* 2023). Menurut Supranto (2006), langkah-langkah analisis konjoin diawali dari menentukan perancangan atribut. Pada penelitian ini atribut cabai hijau yang digunakan ada lima yaitu, warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran. Masing-masing atribut diberi tingkatan level, untuk warna dibagi atas warna hijau terang dan hijau tua, untuk jenis dibagi atas keriting dan besar, untuk harga dibagi atas harga rendah (<Rp20.000,00), sedang (Rp20.000,00-Rp30.000,00) dan tinggi (>Rp30.000,00), untuk tingkat kepedasan dibagi atas pedas dan kurang pedas, serta untuk tingkat kesegaran dibagi menjadi segar dan kurang segar. Setelah level terbentuk, selanjutnya yakni pembentukan stimuli/kombinasi. Pembentukan stimuli ini diperoleh dari gabungan antara atribut dan level atribut yang telah ditentukan (Sumargo & Wardoyo 2008). Berdasarkan hal tersebut, pembentukan stimuli dilakukan dengan prosedur orthogonal menggunakan aplikasi SPSS, hal ini untuk mendapatkan kombinasi tertentu (Abda'u *et al* 2021). Hasil analisis stimuli tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil prosedur orthogonal cabai hijau

Warna	Jenis	Harga	Tingkat Kepedas-an	Kualitas Kesegar-an	Stimuli
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

Pengukuran pada analisis konjoin tersebut menggunakan data kualitatif, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan alat penelitian. Uji validitas dinyatakan valid apabila alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika r hitung $> r$ tabel (0,391), maka instrumen penelitian valid. Selanjutnya, uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas dari instrumen pengukuran yang diterapkan. Sebuah kuesioner dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6. Menurut Prasetyo *et al* (2018), ketepatan kuisiomer dapat diketahui dengan uji validitas dan reliabilitas. Adapun pengukuran dilakukan dengan bantuan alat SPSS menggunakan 30 responden. Berdasarkan hasil uji validitas, semua nilai r hitung $> 0,391$ sedangkan hasil uji reliabilitas memiliki *Cronbach' Alpha* sebesar $0,709 > 0,6$ maka hasil sudah valid dan reliabel.

Pola konsumsi cabai hijau di tingkat rumah tangga dalam konteks Kota Bandar Lampung dianalisis melalui pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Identifikasi ini menggunakan beberapa aspek yaitu, tujuan mengonsumsi, jumlah konsumsi, jenis yang dikonsumsi, frekuensi pembelian, frekuensi konsumsi, dan tempat pembelian. Metode *Ordinary Least Square* digunakan untuk analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda dapat dilakukan apabila terdiri dari setidaknya dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan yaitu harga cabai hijau, harga cabai rawit, harga cabai merah, harga minyak goreng, harga bawang putih, harga bawang merah, harga tomat, jumlah anggota RT, pendapatan RT, dan dummy suku. Dengan demikian, model persamaan yang terbentuk dari variabel tersebut sebagai berikut:

$$\text{LnY} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnX}_1 + \beta_2 \text{LnX}_2 + \beta_3 \text{LnX}_3 + \beta_4 \text{LnX}_4 + \beta_5 \text{LnX}_5 + \beta_6 \text{LnX}_6 + \beta_7 \text{LnX}_7 + \beta_8 \text{LnX}_8 + \beta_9 \text{LnX}_9 + \beta_{10} \text{LnD}_1 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Y = Permintaan cabai hijau (kg/bulan)

β_0 = Konstanta

X_1 = Harga cabai hijau (Rp/kg)

X_2 = Harga cabai rawit (Rp/kg)

X_3 = Harga cabai merah (Rp/kg)

X_4 = Harga minyak goreng (Rp/liter)

X_5 = Harga bawang putih (Rp/kg)

X_6 = Harga bawang merah (Rp/kg)

X_7 = Harga tomat (Rp/kg)

X_8 = Jumlah anggota rumah tangga (orang)

X_9 = Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan)

D_1 = Suku (1 : Lampung, 0 : selain Lampung)

e = error

Sebelum melaksanakan analisis data menggunakan regresi linear berganda, penting untuk melakukan pengujian terhadap asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik ini mencakup beberapa jenis uji, yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menghasilkan informasi terkait uji F, uji t, dan uji R^2 . Uji F digunakan untuk menilai pengaruh variabel secara simultan, sementara uji t berfungsi untuk mengukur pengaruh variabel secara parsial dan uji R^2 berperan dalam menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Pada penelitian ini, sebanyak 39 persen konsumen ibu rumah tangga berusia 38 sampai 46 tahun dengan rata-rata usia 42 tahun. Adapun usia termuda yakni 29 tahun dan tertua 55 tahun. Usia ini menandakan bahwa ibu rumah tangga masih produktif sehingga pembelian terhadap cabai dilakukan untuk memenuhi kebutuhan.

Pendidikan dan pekerjaan konsumen bervariasi karena terbagi atas beberapa tingkatan yakni mulai dari sekolah dasar hingga ke jenjang perkuliahan, sedangkan untuk pekerjaan ada ibu rumah tangga, PNS, pedagang, wirausaha, buruh, dan bidan. Berdasarkan hasil, sebagian besar responden berpendidikan SMA sebanyak 39 persen dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 44 persen. Hal ini menandakan bahwa pendidikan konsumen cukup baik sehingga dapat melakukan pengambilan keputusan pembelian cabai.

Tabel 2. Karakteristik konsumen cabai hijau di Kota Bandar Lampung

Karakteristik konsumen	Nilai		
	Min	Max	Rata-rata
Usia konsumen (th)	29	55	42,00
Jumlah anggota rumah tangga (orang)	3	5	3,96
Pendapatan total rumah tangga (Rp/bulan)	1.000.000	10.000.000	4.277.143,00

Jumlah anggota rumah tangga terendah tiga orang dan tertinggi lima orang, namun paling banyak berjumlah empat orang sebanyak 44 persen dan rata-rata sebanyak 3,96. Besarnya jumlah anggota rumah tangga dapat memengaruhi pembelian cabai, hal ini karena semakin banyak jumlah anggota rumah tangga maka konsumsi juga semakin tinggi.

Pendapatan total yang diperoleh rumah tangga dalam satu bulan paling rendah adalah Rp1.000.000,00 dan tertinggi Rp10.000.000,00. Pada penelitian ini rata-rata pendapatan total rumah tangga sebesar Rp4.277.143,00. Besaran pendapatan tersebut lebih tinggi dibandingkan upah minimum Kota Bandar Lampung yang hanya sebesar Rp3.103.631,00 sehingga berpengaruh terhadap jumlah pembelian cabai.

Sebagian besar konsumen bersuku jawa (57,00%), sisanya berasal dari suku Lampung, Sunda, Padang, Palembang, dan Madura. Keberagaman suku ini memengaruhi masakan, hal ini karena setiap suku memiliki kebiasaan masing-masing dalam mengonsumsi cabai.

Preferensi Rumah Tangga terhadap Cabai Hijau

Preferensi atau selera merujuk pada pilihan yang disukai seseorang terhadap barang atau jasa yang tersedia. Dalam konteks penelitian ini, preferensi mengacu pada kecenderungan rumah tangga di Kota Bandar Lampung dalam membeli cabai hijau yang diukur melalui atribut dalam analisis conjoint. Hasil analisis ini memberikan gambaran kombinasi yang paling disenangi dari atribut cabai hijau oleh konsumen. Adapun hasil analisis ini dapat dilihat pada Tabel 3, Tabel 4, Tabel 5, dan Tabel 6.

Adapun 5 atribut cabai hijau yang digunakan yakni warna, jenis, harga, tingkat kepedasan, dan tingkat kesegaran. Merujuk hasil analisis Tabel 3. level

atribut cabai hijau yang disenangi oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung yakni warna hijau terang (0,045), jenis keriting (0,009), harga terendah (0,340), pedas (0,470), dan segar (0,405). Secara rinci, rumah tangga memilih warna hijau terang dibandingkan dengan hijau tua karena warna ini menunjukkan cabai segar, jenis keriting lebih dipilih dari jenis besar karena mengandung lebih sedikit kadar air, harga terendah (< Rp20.000,00) lebih disukai karena rumah tangga dapat menghemat pengeluaran, cita rasa pedas disukai karena rumah tangga menyukai masakan pedas, dan cabai segar lebih disukai karena menghasilkan masakan dan sambal yang sesuai dengan harapan.

Merujuk hasil analisis nilai kepentingan Tabel 4. urutan atribut paling diprioritaskan oleh konsumen dalam membeli cabai hijau adalah tingkat kepedasan, harga, tingkat kesegaran, warna, dan terakhir jenis. Berdasarkan urutan tersebut, tingkat kepedasan memiliki nilai kepentingan sebesar 30,281 yang artinya menempati urutan pertama. Ibu rumah tangga memilih atribut tingkat kepedasan karena cabai hijau cenderung tidak pedas sehingga mereka mengutamakan rasa pedas pada proses pembelian. Harga menjadi atribut kedua yang diprioritaskan karena ketika harga meningkat maka ibu rumah tangga akan mengeluarkan uang lebih, sehingga pengeluaran untuk barang lain menjadi tidak terpenuhi, dimana hal ini akan mengganggu keuangan rumah tangga. Tingkat kesegaran masuk menjadi atribut yang diutamakan ketiga karena rumah tangga cenderung menggunakan cabai hijau sebagai bahan dalam membuat sambal, sehingga membutuhkan cabai yang segar agar sambal yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel 3. Nilai kegunaan pada setiap level atribut cabai hijau

Atribut	Level atribut	Utility value	Std. error
Warna	Hijau terang	0,045	0,023
	Hijau tua	- 0,045	0,023
Jenis	Keriting	0,009	0,023
	Besar	- 0,009	0,023
Harga	Rendah	0,340	0,030
	Sedang	0,030	0,036
	Tinggi	- 0,370	0,036
Tingkat kepedasan	Pedas	0,470	0,023
	Kurang pedas	- 0,470	0,023
Tingkat kesegaran	Segar	0,405	0,023
	Kurang segar	- 0,405	0,023

Tabel 4. Nilai kepentingan (*importance value*) atribut cabai hijau

Atribut	Nilai Importance Values
Warna	8,712
Jenis	8,151
Harga	26,606
Tingkat kepedasan	30,281
Tingkat kesegaran	26,251

Berdasarkan hasil evaluasi total nilai kegunaan pada Tabel 5. kombinasi atribut cabai hijau paling disenangi rumah tangga di wilayah Kota Bandar Lampung adalah nomor 5 yakni warna hijau terang, jenis keriting, harga terendah (<Rp20.000,00), pedas, dan segar. Kombinasi ini memiliki total nilai kegunaan sebesar 1,269. Besarnya nilai menandakan kombinasi tersebut adalah yang paling sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh rumah tangga di lokasi penelitian.

Berdasarkan hasil yang disajikan dalam Tabel 6, tingkat keakuratan prediksi model analisis konjoin menunjukkan nilai Kendall's Tau sebesar 1 dan nilai korelasi Pearson's R sebesar 0,999. Hal ini mengindikasikan bahwa model tersebut memiliki tingkat prediksi yang sangat akurat. Selain itu, besarnya nilai signifikansi dari kedua uji sebesar 0,000 yang artinya proses analisis konjoin yang dilakukan memiliki *predictive accuracy* tinggi.

Tabel 5. Total nilai kegunaan pada kombinasi atribut cabai hijau

No	Kombinasi atribut	Utility total
1	Hijau tua, besar, rendah, kurang pedas, kurang segar	- 0,589
2	Hijau tua, besar, rendah, pedas, segar	1,161
3	Hijau terang, besar, sedang, kurang pedas, segar	0,001
4	Hijau terang, besar, tinggi, pedas, kurang segar	- 0,269
5	Hijau terang, keriting, rendah, pedas, segar	1,269
6	Hijau terang, keriting, rendah, kurang pedas, kurang segar	- 0,481
7	Hijau tua, keriting, tinggi, kurang pedas, segar	- 0,471
8	Hijau tua, keriting, sedang, pedas, kurang segar	0,059

Tabel 6. Nilai korelasi atribut cabai hijau

No	Nama	Value	Signifikansi
1	Pearson's R	0,999	0,000
2	Kendall's tau	1,000	0,000

Pola Konsumsi Cabai Hijau Rumah Tangga

Pola konsumsi mencerminkan perilaku individu dalam memilih dan mengonsumsi makanan. Pola konsumsi cabai hijau di Kota Bandar Lampung diidentifikasi melalui beberapa aspek yaitu tujuan mengonsumsi, jumlah konsumsi, jenis cabai yang dikonsumsi, frekuensi pembelian, frekuensi konsumsi, dan tempat pembelian.

Rumah tangga (73,00%) mengonsumsi cabai hijau dengan tujuan untuk membuat sambal, sedangkan lainnya menggunakan cabai hijau sebagai bumbu masak atau digunakan pada kedua tujuan tersebut. Penelitian ini selaras dengan Linda *et al* (2021) yang berpendapat bahwa cabai banyak dikonsumsi oleh masyarakat sebagai sambal dan bumbu dalam masakan karena memiliki cita rasa pedas. Dalam membuat sambal terdapat bahan tambahan lain (komplementer) yang digunakan bersamaan dengan cabai hijau yakni tomat, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng. Keempat bahan ini juga digunakan sebagai bahan campuran dalam memasak tumisan. Selain itu, cabai merah dan cabai rawit dipertimbangkan sebagai barang substitusi bagi cabai hijau.

Rata-rata rumah tangga mengonsumsi cabai hijau sebesar 0,319 kg/bulan atau 0,2 ons/kapita/minggu. Konsumsi ini lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi di Provinsi Lampung karena Kota Bandar Lampung merupakan pusat kota Provinsi Lampung sehingga pola konsumsi lebih bervariasi. Dilihat dari rata-rata frekuensi pembelian dan frekuensi konsumsi rumah tangga dalam sebulan, secara berturut-turut frekuensi pembelian hanya sekali (64,00%) dan konsumsi dua kali (63,00%). Hal ini terjadi karena rumah tangga lebih sering mengonsumsi cabai merah dan rawit. Penelitian ini sesuai dengan pendapat Munir *et al* (2018), masyarakat Indonesia lebih sering mengonsumsi cabai rawit dan merah dibandingkan dengan cabai hijau.

Sebagian besar rumah tangga (84,00%) mengonsumsi jenis cabai hijau keriting. Hal ini karena, keunggulan yang dimiliki cabai keriting dibandingkan jenis besar yaitu mengandung lebih sedikit kadar air sehingga tidak mudah busuk. Selain itu, jenis cabai hijau keriting jauh lebih mudah ditemukan keberadaannya di pasar dan rasa pedasnya lebih tajam dibandingkan jenis cabai hijau besar. Hasil ini selaras dengan Novitasari (2018), yang menyatakan bahwa tingkat kepedasan cabai keriting yang lebih dominan, sehingga lebih disukai masyarakat.

Tabel 7. Rata-rata konsumsi per bulan bahan pangan substitusi dan komplementer cabai hijau

Produk	Harga (Rp/satuan)	Konsumsi (satuan/bln)	Konsumsi (perkapita/bln)
Cabai merah ^a (kg)	70.943	1,100	0,278
Cabai hijau ^a (kg)	26.829	0,319	0,081
Cabai rawit ^a (kg)	62.800	1,057	0,267
Tomat ^b (kg)	17.586	1,290	0,325
Bawang merah ^b (kg)	29.286	1,190	0,299
Bawang putih ^b (kg)	34.129	1,050	0,265
Minyak goreng ^b (l)	15.071	1,490	0,377

Keterangan = a : produk substitusi
b : produk komplementer

Sebagian konsumen (66,00%) membeli cabai hijau di pasar tradisional dibandingkan dengan tempat lain seperti warung, penjual keliling, ataupun supermarket. Kondisi ini disebabkan harga cabai hijau lebih terjangkau di pasar tradisional. Selain itu, konsumen lebih hemat tenaga dan waktu yang dikeluarkan saat membeli di pasar tradisional karena semua kebutuhan tersedia.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Hijau Rumah Tangga

Permintaan yaitu sejumlah barang yang dibutuhkan oleh rumah tangga, dimana mengacu pada

konsumsi sejumlah cabai hijau oleh rumah tangga di lokasi penelitian. Konsumsi ini dihitung dalam satuan kilogram dan tempo waktu satu bulan, dimana terdapat variabel bebas yang digunakan yakni harga cabai hijau (X_1), harga cabai rawit (X_2), harga cabai merah (X_3), harga minyak goreng (X_4), harga bawang putih (X_5), harga bawang merah (X_6), harga tomat (X_7), jumlah anggota RT (X_8), pendapatan RT (X_9), dan dummy suku (D_1).

Uji normalitas dilakukan untuk mendeteksi sebaran distribusi normal pada data, karena data yang normal menunjukkan data yang baik. Data dikatakan normal apabila nilai *probability* dari *Jarque-Bera* > 0,05. Dalam penelitian ini, nilai *probability* sebesar 0,8996 yang artinya nilai > 0,05 sehingga data normal dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Apabila pengujian tidak menunjukkan korelasi yang signifikan, maka data terbukti tidak multikol. Gejala multikolinearitas dapat diketahui apabila besarnya nilai VIF > 10, sehingga ini menunjukkan bahwa variabel bebas mengalami penyimpangan asumsi klasik. Berdasarkan hasil, besarnya nilai VIF dari semua variabel bebas adalah < 10, artinya model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah antara pengamatan satu ke pengamatan lain pada model regresi memiliki

Tabel 8. Hasil analisis regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan cabai hijau oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	-3,4119	14,8467	-0,2298	0,8190
Harga cabai hijau (X_1)	-1,3389***	0,3972	-3,3711	0,0013
Harga cabai rawit (X_2)	-0,7154	0,7939	-0,9011	0,3712
Harga cabai merah (X_3)	1,5557	1,2409	1,2538	0,2149
Harga minyak goreng (X_4)	1,2439	1,1514	1,0803	0,2844
Harga bawang putih (X_5)	0,0732	1,2630	0,0579	0,9540
Harga bawang merah (X_6)	0,0197	0,9544	0,0207	0,9836
Harga tomat (X_7)	-0,7396	0,4688	-1,5776	0,1200
Jumlah anggota RT (X_8)	0,9240***	0,3407	2,7117	0,0088
Pendapatan RT (X_9)	-0,0421	0,0966	-0,4357	0,6646
Dummy suku (D_1)	0,0075	0,0135	0,5531	0,5823
Adjusted R-Squared	0,3265	Sum squared resid		13,3762
F-Statistic	4,3453	S.E. of regression		0,4761
R-Squared	0,4241	Prob. (F-Statistic)		0,0001

Keterangan: *** taraf kepercayaan 99%

ketidaksamaan varian dari residual. Uji ini diidentifikasi menggunakan uji *white* melalui besarnya nilai sig. *Chi-Square* pada bagian *Obs*R-Squared* $> 0,05$. Pada penelitian ini nilai sig. *chi-square* 0,1182 artinya $> 0,05$ membuktikan data tidak bersifat heteroskedastisitas.

Merujuk Tabel 8. besarnya nilai *R-Squared* yakni 0,4241 artinya sebesar 42,41 persen variabel permintaan cabai hijau tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung dapat dijelaskan oleh variabel harga cabai hijau (X_1), harga cabai rawit (X_2), harga cabai merah (X_3), harga minyak goreng (X_4), harga bawang putih (X_5), harga bawang merah (X_6), harga tomat (X_7), jumlah anggota RT (X_8), pendapatan RT (X_9), dan suku (D_1), sedangkan sisanya sebesar 57,59 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Uji F adalah uji pengaruh secara simultan. Berdasarkan Tabel 8. besarnya nilai F-hitung 4,3453 dan nilai probabilitas $0,0001 < 0,10$ artinya secara bersama-sama seluruh variabel yakni harga cabai hijau, harga cabai rawit, harga cabai merah, harga minyak goreng, harga bawang putih, harga bawang merah, harga tomat, jumlah anggota RT, pendapatan RT, dan dummy suku berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai hijau.

Uji t adalah uji pengaruh secara parsial. Apabila nilai prob. $> 0,1$ maka terbukti terdapat pengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil, dapat diketahui bahwa harga cabai hijau (X_1) dan jumlah anggota RT (X_8) menjadi penentu permintaan cabai hijau, sedangkan harga cabai rawit (X_2), harga cabai merah (X_3), harga minyak goreng (X_4), harga bawang putih (X_5), harga bawang merah (X_6), harga tomat (X_7), pendapatan RT (X_9), dan dummy suku (D_1) bukan menjadi penentu permintaan cabai hijau di Bandar Lampung.

Harga Cabai Hijau (X_2)

Harga cabai hijau berpengaruh nyata bersifat negatif dengan taraf kepercayaan 99 persen terhadap permintaan cabai hijau oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung. Pengaruh signifikan ini ditunjukkan dari besarnya nilai probabilitas 0,0013 yang $< 0,01$. Selain itu, variabel ini memiliki nilai koefisien negatif sebesar 1,3389 artinya setiap variabel harga cabai hijau naik sebesar 1 persen, maka permintaan cabai hijau akan turun sebesar 1,3389. Hal tersebut dapat disebabkan oleh cabai hijau memiliki barang substitusi lainnya, dimana hasil penelitian (Zulfitriyana *et al* 2016) menyatakan bahwa cabai merah merupakan barang substitusi bagi cabai hijau. Disisi lain, Herlina *et al* (2024) menyatakan bahwa cabai merupakan

komoditas hortikultural yang akan tetap dibutuhkan masyarakat meskipun mengalami kenaikan harga.

Jumlah Anggota Rumah Tangga (X_9)

Jumlah anggota rumah tangga menjadi penentu permintaan cabai hijau oleh rumah tangga di Bandar Lampung dengan taraf kepercayaan 99 persen dan bersifat positif. Pengaruh signifikan ini ditunjukkan dari nilai probabilitas $0,0088 < 0,01$. Variabel ini memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,9240 artinya jika variabel jumlah anggota rumah tangga meningkat sebesar 1 persen, maka permintaan cabai hijau juga akan naik sebesar 0,9240. Hasil ini selaras dengan pendapat Munandar *et al* (2017), variabel jumlah anggota rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai merah di Kabupaten Aceh Besar. Hal tersebut menunjukkan peningkatan jumlah anggota rumah tangga menyebabkan konsumsi cabai naik.

Variabel Lainnya yang Tidak Signifikan

Pada Tabel 8. faktor yang bukan penentu permintaan cabai hijau oleh rumah tangga di wilayah Kota Bandar Lampung adalah harga cabai merah yang ditunjukkan dari nilai probabilitas $0,2149 > 0,1$ hal ini karena penggunaan cabai merah tidak sama dengan cabai hijau, meskipun keduanya digunakan untuk membuat sambal, tetapi jenis sambal yang dibuat tidak sama. Harga cabai rawit juga tidak berpengaruh nyata karena nilai probabilitas $0,3712 > 0,1$ hal ini karena perbedaan cita rasa pedas yang dihasilkan. Harga tomat tidak berpengaruh nyata karena nilai probabilitas $0,1200 > 0,1$. Hal ini disebabkan kedua bahan tidak secara signifikan digunakan bersamaan

Lebih lanjut Tabel 8. harga bawang merah dan bawang putih tidak menjadi penentu permintaan cabai hijau karena nilai probabilitas 0,9836 dan $0,9540 > 0,1$. Peristiwa ini terjadi karena penggunaan kedua bahan tidak selalu bersamaan. Harga minyak goreng tidak signifikan terhadap permintaan cabai hijau yang dilihat dari nilai probabilitas $0,2844 > 0,1$, hal ini karena penggunaan minyak goreng bersamaan dengan cabai hijau tidak dalam proporsi yang signifikan. Pendapatan rumah tangga tidak berpengaruh nyata karena nilai probabilitas $0,6646 > 0,1$ hal ini disebabkan jenis cabai hijau bukan cabai utama yang dibeli rumah tangga. Suku tidak berpengaruh nyata karena nilai probabilitas $0,5823 > 0,1$ sehingga diketahui bahwa suku Lampung ataupun selain Lampung, sama-sama menyukai cabai.

KESIMPULAN

Preferensi rumah tangga di Kota Bandar Lampung terhadap cabai hijau yakni warna hijau terang, jenis keriting, harga paling rendah (<Rp20.000), pedas, dan segar. Rumah tangga mengonsumsi cabai dalam bentuk sambal ataupun campuran masakan dengan rata-rata konsumsi per kapita per minggu 0,019 kg. Jenis yang paling banyak dibeli adalah jenis keriting dengan pembelian dilakukan satu kali per bulan yang dibeli paling sering di pasar tradisional. Rumah tangga mengonsumsi cabai hijau hanya 1-2 kali dalam sebulan. Di Kota Bandar Lampung, faktor penentu permintaan cabai hijau oleh rumah tangga adalah harga cabai hijau dan jumlah anggota rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u RT, Arifin B, & Ibnu M. 2021. Preferensi konsumen terhadap buah-buahan di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 8(2): 301. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5103>. [30 Agustus 2024].
- BPS [Badan Pusat Statistika]. 2020. *Rata-rata Pengeluaran Rumah Tangga Perbulan Untuk Makanan di Provinsi Lampung*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung. <https://shorturl.at/LbeKb>. [27 Juni 2023].
- BPS [Badan Pusat Statistika]. 2022. *Statistik Indonesia 2022*. BPS Indonesia. Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/statistik-indonesia-2022.html>. [20 Juni 2024]
- BPS [Badan Pusat Statistika]. 2022. *Provinsi Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. <https://lampung.bps.go.id/id/publication/2022/02/25/1a1b1feda4d8e6c095e9481b/provinsi-lampung-dalam-angka-2022.html>. [25 Juni 2024].
- BPS [Badan Pusat Statistika]. 2023. *Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Komoditas Cabai di Provinsi Lampung*. Bandar Lampung. <https://shorturl.at/V6Bkz>. [27 Juni 2024].
- Fetra R, Erfit E, dan Zamzami Z. 2021. Analisis produk tanaman pangan dan hortikultura serta strategi pengembangannya di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(3): 589–600. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i3.12261>. [25 Maret 2024].
- Herlina W, Risnawati H, Qothrun NI, & Murweni, I. 2024. Indikasi inflasi pada elastisitas harga cabai rawit domba dan cabai rawit hijau di Kecamatan Tarogong Kaler Kabupaten Garut. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, EMBA*, 2(2): 175–184. <https://doi.org/10.59820/emba.v2i2.145>. [22 Juli 2024].
- Iriani F. 2020. *Fisiologi Pascapanen Untuk Tanaman Hortikultura*. CV Budi Utama Yogyakarta (ID). Jakarta.
- Linda J, Qamaria MNS, Hafid AF, Samsuddin HB, dan Rahim A. 2021. Hidroponik sebagai sarana pemanfaatan lahan kosong di Kantor Lurah Salo, WatangSawitto, Pinrang. *Jurnal Lepa-Lepa Open*, 1(3): 503–510. <https://shorturl.at/6MhLT>. [18 Agustus 2024].
- 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. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v2i3.3752>. [27 Maret 2024].
- Munir RT, Sukayat Y, dan 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]
- Novitasari R. 2018. Studi pembuatan piket 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]
- Pane PSM, Prasmatiwi FE, & Situmorang S. 2023. Analisis preferensi, pola konsumsi, dan permintaan beras tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 11(1): 70–78. <https://doi.org/10.23960/jiia.v11i1.7210>. [29 Agustus 2024]
- Prasetyo RE, Sayekti WD, dan Kasymir E. 2018. Tingkat kepuasan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tempe oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 6(4): 368. <https://doi.org/10.23960/jiia.v6i4.368-375>. [1 September 2024].
- Sumargo B, & Wardoyo D. 2008. Analisis konjoin untuk penentuan preferensi siswa terhadap atribut bimbingan belajar. *Jurnal Mat Stat*, 8(1): 60–71. <https://shorturl.at/nYa2I>. [28 Agustus 2024]
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memuaskan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Zamrodah Y. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian beras organik (studi kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar).

VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Pertanian,
15(2): 49–57.
<https://doi.org/10.35457/viabel.v15i2.1771>.
[18 Agustus 2024]
Zulfitriyana, Gusriati, Gusvita H, & Budaraga IK.

2016. Analysis of factors affecting demand red chili pepper (*Capsicum annum L*) in Solok and effort fulfillment. *International Journal of Scientific & Technology Research*: 5(08). www.ijstr.org. [30 Agustus 2024].